

А. В. Бухтияров

МАСТЕР РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

**Как создать себе и своим новичкам
«бронезилет» от негативов?**

**Как сделать, чтобы люди, возражая – ХОТЕЛИ услышать
наш ответ, а не отмахивались, как от «назойливых мух»?**

**Как убедительно и точно отвечать на любое
встречающееся возражение?**

А. В. Бухтияров

МАСТЕР РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Харьков «Клуб «Гармония» 2008
ББК 88.41 Б 94

Любому человеку, занимающемуся бизнесом MLM, Приходится сталкиваться с возражениями, будь это новичок или профессионал, чей доход измеряется пятизначной цифрой.

Как создать себе и своим новичкам «бронезилет» от негативов? Как сделать, чтобы люди, возражая - ХОТЕЛИ услышать наш ответ, а не отмахивались от него, как от «назойливой мухи»? Есть ли система, позволяющая сделать работу с возражениями намного эффективней? Как убедительно и точно отвечать на любое встречающееся возражение?

Это вопросы, интересующие каждого, кто «окунулся» в мир MLM, и на них (и не только на них) отвечает книга Александра Бухтиярова «Мастер работы с возражениями».

Данная книга практический справочник по работе с возражениями. Ее цель помочь каждому человеку, занимающемуся бизнесом MLM, ускорить снос продвижение по карьерной лестнице компании. Новичку она поможет более эффектно стартовать. Руководителям MLM-компаний облегчит задачу обучения их партнеров по бизнесу.

Кроме этого, цель этой книги освободить читателя от сомнений, мешающих ему стать успешным, процветающим человеком.

Дорогие друзья!

Работа с возражениями - одна из наиболее актуальных тем бизнеса MLM. Когда-то, желая создать для своих партнеров по бизнесу инструмент, помогающий в работе с возражениями, я написал брошюру «Как пройти путь от возражения к согласию». Я не издавал ее, так как считал, что книга, посвященная данной теме, должна включать в себя нечто большее, нежели просто ответы на возражения.

Теперь, с большим удовольствием, я готов поделиться с вами целостной системой работы с возражениями; системой, освещающей все наиболее важные аспекты этой актуальной темы.

Читайте, применяйте и двигайтесь вперед, создавая для себя жизнь, о которой вы мечтаете - бизнес MLM дает такую возможность!

С уважением, Александр Бухтияров e-mail: a_buhtiyarv@mail.ru

Введение. КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ?

Подходим к самому главному

Пройдет немного времени, и наступит очередной Новый год. Неважно, какой сейчас месяц. Время летит быстро. Пройдет немного времени, и мы снова будем выбирать подарки для тех, кого любим и ценим. Конечно же, подарки - не самое главное в жизни, но ведь это так здорово - видеть блестящие от удивления и радости глаза близкого человека!

Придет время самого любимого нами праздника, пробьют часы, и кто-то подарит сыну или дочери (а может быть, жене) новую машину. Кто-то - конверт с ключами от квартиры (уверяю вас, такое тоже случается).

Будут и те, кто осчастливит кого-то из своих близких рождественским круизом на океанском лайнере.

Однако немногие могут себе позволить делать ТАКИЕ подарки. Потому, что большинство людей в странах СНГ зарабатывают... сколько? Двести долларов в месяц? Двести пятьдесят? Триста? Приблизительно так. И на такие деньги особенно не разгонишься.

А сколько ХОТЕЛИ ВЫ зарабатывать большинство людей? Какую сумму? Нет, я понимаю, что «чем больше, тем лучше». Но все-таки? Какую РЕАЛЬНУЮ сумму хотели бы получать ежемесячно те, кто имеют сегодня 200-250 долларов? Так, чтобы и не «космос», и в то же время, чтобы можно было позволить себе хотя бы немного «отпустить ремешки». Сколько? Где-нибудь около тысячи долларов в месяц, верно?

Почему же так получается, что люди, желающие зарабатывать тысячу долларов в месяц, получают двести пятьдесят? Конечно же потому, что найти работу с зарплатой «под штуку баксов» не так просто. Даже тому, кто имеет два высших образования, знает английский язык и неплохо владеет компьютером.

В бизнесе MLM для того, чтобы выйти на уровень стабильного ежемесячного дохода около тысячи долларов, необходимо потрудиться со средней занятостью (четыре-пять часов в день) полтора-два, максимум три года.

Примечание. Есть люди, которые занимаются бизнесом более пяти часов в день более двух лет, и при этом не могут похвастаться заметными результатами. Причина этого - одна. Они делают много того, что делать необязательно, и недостаточно внимания уделяют тому, что действительно НАДО делать.

Итак, за полтора-два года в бизнесе MLM можно начать зарабатывать около тысячи долларов в месяц (при желании и больше): Найти работу с такой зарплатой - непросто, и именно поэтому многие люди начинают заниматься этим бизнесом.

Да... Начинают заниматься многие. Но не у всех получается даже стартовать.

Почему?! Здесь что, необходимо делать что-то сверхсложное?! Нет! В чем же тогда причина того, что люди, которым порой **ЖИЗНЕННО НЕОБХОДИМО** то, что они могут приобрести в бизнесе MLM, перестают им заниматься, продолжая, как «зайчики», вкалывать за двести долларов на нелюбимой (очень часто) работе?

Субъективная причина (причина, находящаяся в нас самих) заключается в том, что большинство людей не умеют работать со своей собственной мотивацией, не умеют САМИ зажигать в себе мощное желание, помогающее преодолеть некоторые небольшие трудности.

Но это - субъективная причина. А какова **ОБЪЕКТИВНАЯ** причина того; что значительная часть новичков не может стартовать в бизнесе? Для тою, чтобы найти ответ на этот вопрос, давайте немного пофантазируем.

Представьте себе, что у вас появляются новые партнеры по бизнесу. Вдохновленные появившейся возможностью изменить свою жизнь, они идут к своим знакомым, рассказывают им о бизнесе, и все их знакомые говорят: «Здорово! Классно! Я тоже хочу этим заниматься! Можно к тебе присоединиться?» Далее ваши новички рассказывают другим людям о качестве продукта - и **ВСЕ** становятся их клиентами. Представьте себе, что **никто не**

возражает. Как вы полагаете, в таком случае **ХОТЬ КТО-НИБУДЬ** перестал бы заниматься этим бизнесом? «Разочаровался» хотя бы **ОДИН**, если бы все, к кому он обращается - принимали его предложение, становясь либо клиентами, либо бизнес-партнерами? Если бы он **СРАЗУ** почувствовал, как его доход (а с ним и качество жизни) начинает заметно меняться в лучшую сторону?

Очевидно, что нет! И что из этого следует? А следует то, что главной объективной причиной неудач на старте... являются возражения. Люди возражают, и наши с вами новички не только не знают, как правильно работать с возражениями. Они даже не знают, как правильно **РЕАГИРОВАТЬ** на них. Они теряются, пугаются, расстраиваются и перестают действовать. Итак, повторим: **ГЛАВНОЙ ОБЪЕКТИВНОЙ ПРИЧИНОЙ НЕУДАЧ НА СТАРТЕ ЯВЛЯЮТСЯ ВОЗРАЖЕНИЯ.**

Но это - негативный вывод. Есть и позитивный. Заключается он в следующем.

СТАНЬТЕ МАСТЕРОМ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ, И ВЫ ПОЛУЧИТЕ В СВОИ РУКИ ОДИН ИЗ САМЫХ МОЦНЫХ «КОЗЫРЕЙ», ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ УСПЕХ В БИЗНЕСЕ MLM.

Исходя из вышесказанного, весь путь от нуля и до уровня ежемесячного дохода около тысячи долларов в бизнесе MLM можно условно разбить на три этапа:

1. "Научитесь работать с возражениями - у вас появятся постоянные клиенты и группа от десяти до тридцати человек. Результат: ваш доход - \$\$50-250;

2. Научите работать с возражениями трех-четырех своих партнеров, и ваша группа вырастет до пятидесяти-восьмидесяти человек. Результат: ваш доход - \$\$200-450.

3. Помогите двоим-троим своим партнерам по бизнесу обучить работе с возражениями по несколько человек из их групп - и ваша группа превысит сто человек. Результат: ваш доход - \$\$700-1000.

Итак, мы с вами явно видим, какое огромное значение в бизнесе MLM имеет мастерство работы с возражениями. Что ж, посмотрим, из чего оно складывается.

Пять составляющих мастерства работы с возражениями

1. Понимание того, чем являются возражения в жизни и в бизнесе.
2. Знание причин, по которым люди возражают.

3. Правильное отношение к возражениям (созданное на основе двух предыдущих составляющих).

4. Владение эффективной технологией работы с возражениями.

5. Знание основных, наиболее часто встречающихся возражений, и умение четко, убедительно и грамотно ответить на каждое из них.

В данной книге мы детально рассмотрим каждую из перечисленных составляющих. Каждой из них будет посвящена отдельная глава. В главе «Правильный ответ» мы увидим, как можно четко ответить на тридцать два наиболее «популярных» возражения. И еще. В этой книге мы будем не только учиться профессионально работать с возражениями. В контексте каждого из составляющих мы будем рассматривать, как нам помочь стать мастерами работы с возражениями **НАШИМ ПАРТНЕРАМ ПО БИЗНЕСУ**.

Но прежде, чем мы всем этим займемся, нам необходимо рассмотреть еще один «архиважный» момент.

Понятие «бронежилета»

Как вы полагаете, какие из пяти перечисленных составляющих мастерства работы с возражениями являются наиболее важными? Уверен, многие скажут: «Конечно же, четвертое и пятое (знание технологии и умение отвечать)!» Увы, это не так. Подавляющее большинство тех, у кого «не получается», перестают строить бизнес не потому, что не умеют работать с возражениями. Вовсе нет! Они отказываются от активных действий в первую очередь оттого, что не умеют правильно относиться к возражениям.

Представьте себе новичка-полицейского, только-только окончившего академию, и сразу же попавшего в гущу криминальных событий. Представьте себе перестрелку между бандитскими группировками и нашего свежеепеченного полисмана, пытающегося вместе с другими представителями правопорядка остановить «бойню» и арестовать вооруженных преступников. И еще. Представьте, что он забыл надеть бронежилет... Что в этом случае произойдет? Первая же пуля, и все. Конец его профессиональной деятельности. А может быть, и жизни.

Новичок, идущий рассказывать о бизнесе своим знакомым, нередко «скоропостижно» выбывает из бизнеса потому, что идет «на дело» без бронежилета. Несколько «метко пущенных» возражений - и он сражен «наповал». В результате мы теряем партнера по бизнесу.

Вывод: чем раньше вы наденете на своего новичка «бронежилет» и чем более надежно этот бронежилет будет защищать его от «ранений» -

тем дольше пробудет в бизнесе ваш партнер и тем выше вероятность того, что со временем он станет вашим истинным лидером.

Бронежилетом, как вы уже, возможно, догадались, являются три первых составляющих мастерства работы с возражениями.

Рассмотрим их еще раз:

1. Понимание того, чем являются возражения в жизни и в бизнесе.
2. Знание причин, по которым люди возражают.
3. Правильное отношение к возражениям (созданное на основе двух первых пунктов).

Я повторяю, ведь это - крайне важно.

Чем **раньше** и чем **глубже** новичок осознает то, что скрывается за тремя перечисленными пунктами - тем меньше он будет бояться возражений. Тем меньше он будет расстраиваться, встречая их на своем пути, и, соответственно, тем выше вероятность того, что он не остановится, а будет продолжать действовать дальше. А значит - больше шанс того, что он успеет получить свой первый вдохновляющий результат, который поможет ему с удвоенными (а то и с утроенными) усилиями двинуться вперед к осуществлению своей мечты.

Если говорить о себе, то самое первое занятие, которое я провожу со своим новичком - это занятие по трем перечисленным пунктам.

Что ж, если первые три составляющие мастерства работы с возражениями мы охарактеризовали как «бронежилет», то как тогда назвать четвертую и пятую составляющие? А именно:

4. Владение эффективной технологией работы с возражениями.
5. Знание основных, наиболее часто встречающихся возражений, и умение убедительно, четко и грамотно ответить на каждое из них.

Очень просто. Это **профессиональные навыки**.

Ну вот, мы с вами подготовились соответствующим образом. Теперь переходим к созданию и проработке **СИСТЕМЫ МАСТЕРСТВА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ**.

Часть I. БРОНЕЖИЛЕТ

ГЛАВА 1. ВОЗРАЖЕНИЯ В ЖИЗНИ И БИЗНЕСЕ

Цель этой составляющей - помочь человеку понять на уровне логики, что возражений бояться не надо. Что возражения - это нормально. Более того, само их существование является, как это ни странно, своеобразным благом.

Данная составляющая представляет собой шесть тезисов, каждый из которых мы сейчас подробно рассмотрим.

1. Возражения - это «сопротивление» во время движения

Представьте себе, что Вы сидите дома. На диване Вам не надо никуда идти. Не надо ничего делать. Представили? Обратите внимание: у вас не возникает НИ ОДНОЙ ПРОБЛЕМЫ. Природа вам не возражает. Но стоит только у вас появиться малейшему желанию, и «оно начинается»...

Предположим, вы всего лишь захотели заварить себе чай. Природа сразу же начинает возражать. У вас появляются проблемы. Надо встать с дивана. Обойти гладильную доску (муж так и не убрал), а ведь просила же! Поставить фильтровать воду. Вскипятить чайник. Затем обнаруживается, что в сахарнице закончился сахар. Одни проблемы! А ведь все было так прекрасно!

А если нам необходимо проехать десяток остановок на троллейбусе и мы очень спешим, разве троллейбус непременно подъезжает сию же минуту? Далеко не каждый раз, верно?

Жизнь многих людей движется по замкнутому кругу. Они плывут по течению, по воле привычки. Природа им не возражает. ПОТОМУ, ЧТО ОНИ НИЧЕГО У НЕЕ НЕ ПРОСЯТ. Никому ничего не предлагают. Особо ни к чему не стремятся. В их в жизни нет возражений, это комфортно и необременительно:

Потом они приходят в бизнес MLM, сталкиваются с возражениями и, считая их слишком большим дискомфортом, - «сходят с дистанции».

Приходилось ли вам наблюдать, что чем быстрее мы бежим - тем большее сопротивление воздушного потока нам приходится преодолевать?

Природа ВСЕГДА возражает нам, когда мы хотим чего-то лучшего, чего-то большего! Это НОРМАЛЬНО! Все лучшее стоит усилий!

Мы хотим улучшить свою физическую форму - природа возражает, и возражение ее заключается в том, что мышцы не хотят расти сами по себе. Вес не хочет сбрасываться сам. Приходится бороться с этими возражениями. Необходимо от чего-то отказываться. Потеть в спортзале на тренажерах. Есть не совсем то, что хотелось бы (и не совсем в желаемых количествах).

Мы хотим научиться играть на фортепиано - возражают пальцы. Они, видите ли, не хотят играть «Лунную сонату» с первого раза!

Мечтаем увидеть мир - возражает наш кошелек. Уровень нашего дохода не позволяет это осуществить. Желаем наполнить кошелек - возражают работодатели. Они не согласны платить нам столько, сколько хотим мы.

Слава богу, есть бизнес MLM. В нем мы можем сделать свой доход таким, каким захотим. Без связей и блата. Но природу не обманешь. В бизнесе MLM тоже есть возражения. Возражения тех, кому мы предлагаем стать нашими клиентами либо партнерами по бизнесу.

Таким образом, как в жизни, так и в бизнесе MLM, ВОЗРАЖЕНИЯ - ЭТО ЕСТЕСТВЕННОЕ СОПРОТИВЛЕНИЕ ВО ВРЕМЯ ДВИЖЕНИЯ К ЦЕЛИ. Это - закон природы. Это нормально.

2. Работа с возражениями - валюта успеха в бизнесе MLM

Не секрет, что за все в жизни надо платить. За гармоничные отношения в семье - терпением, вниманием и пониманием. За рост своего профессионального мастерства - своим временем и настойчивостью. За преданность друзей - собственной надежностью, готовностью разделить и трудности, и радость. За материальные ценности - деньгами.

Каждое государство в мире имеет свою валюту, позволяющую определять стоимость материальных ценностей. В государстве под названием «Бизнес MLM» тоже есть своя валюта. Валюта успеха. Это - работа с возражениями. Чем больше (и, конечно же, чем эффективнее) мы работаем с возражениями - тем больше у нас партнеров по бизнесу. Более того, мы можем измерить, сколько стоит, к примеру, старт в бизнесе. Новичка можно считать успешно стартовавшим, если он создал группу не менее, чем из десяти человек.

Итак, сколько стоит старт в бизнесе MLM?

Для того, чтобы привести в бизнес одного человека, необходимо познакомить с возможностями бизнеса шестерых (эта цифра является среднестатистической). Значит, необходимо шесть раз поработать с возражениями. Соответственно, для того, чтобы привести в бизнес десять человек - необходима поработать с возражениями шестьдесят раз.

Вывод: старт в бизнесе MLM «стоит» 60 «работ с возражениями». Заплатите эту цену, и вы пройдёте один из трех шагов на пути к ежемесячному доходу от 700 до 1000 долларов.

Кстати, проводя лекции по работе с возражениями, я обычно спрашиваю аудиторию: «Скольким людям в среднем необходимо рассказать о бизнесе, чтобы один стал нашим партнером?» Большинство отвечают «Пятерым, шестерым, семерым...» Но каждый раз встречаются те, кто говорят «Пятнадцати». Или: «Двадцати!» Порой (слава богу, редко) мне приходится слышать и вовсе невообразимые числа, едва ли не трехзначные.

По этому поводу хочу сказать следующее: вашим партнером по бизнесу должен становится один из пятерых-шестерых. Это нормальная статистика. Более того, вполне возможно добиться лучших результатов. А что же делать человеку, чей КПД значительно ниже? Что делать, если для регистрации одного новичка вам приходится знакомить с бизнесом десять и более человек? Почему такое происходит и что делать? Есть два варианта.

Вариант 1. Ваш КПД низок из-за недостаточного умения проводить встречи. В этом случае необходимо обратиться за помощью к спонсору. Попросить его принять участие в вашей беседе с кандидатом, понаблюдать: КАК вы рассказываете о возможностях бизнеса, КАК вы работаете с возражениями. Опытный спонсор непременно обнаружит, в чем состоит недоработка, и поможет увеличить эффективность вашей работы. Также могу рекомендовать мою книгу «Система мотивационного рекрутирования», которая ответит на многие ваши вопросы, касающиеся привлечения в бизнес.

Вариант 2. Ваш КПД в порядке. Вы неправильно ведете статистику. Как-то раз после семинара ко мне подошла женщина и сказала, что у нее регистрируется один человек из восемнадцати. Я спросил ее, скольким людям ВСЕГО она рассказала о возможностях бизнеса. Она ответила. Знаете скольким? ВОСЕМНАДЦАТИ! Это - неверный вывод. По своей точности он напоминает то, как Фернан Магеллан умудрился назвать самый бурный океан на земном шаре ТИХИМ. Просто потому, что когда он его переплывал, - не штормило.

Вспоминаю одну интересную ситуацию из моей практики. Когда-то, когда я только начинал заниматься бизнесом MLM, одна женщина, мой консультант, приводила ко мне на встречу своих знакомых. С тем, чтобы я как спонсор рассказывал им о возможностях бизнеса. Она приглашала ко мне людей две недели. Всего я поработал за это время с пятнадцатью ее знакомыми. Зарегистрировалось четырнадцать. Я возликовал! Я подумал, что стал истинным мастером рекрутирования. Подумать только, четырнадцать человек из пятнадцати! Вот это эффективность!

Прошло совсем немного времени, меньше месяца. И другая женщина также стала приводить ко мне своих знакомых. Я пообщался с двадцатью одним человеком. Зарегистрировался **ОДИН**. Вот такие дела.

Если вы хотите достоверно оценить коэффициент вашей эффективности - необходимо оперировать большими числами. Расскажите о бизнесе хотя бы шестидесяти кандидатам. Только тогда вы сможете вывести относительно верную статистику.

Но вернемся к основной сути данного тезиса. Если вы действительно хотите изменить качество своей жизни - вы **МОЖЕТЕ** это сделать! Без начального капитала, связей и блата. При помощи бизнеса MLM. И плата невелика. Плата - работа с возражениями. Причем платить вам придется некоторое время, а пожинать плоды (в виде стабильного дохода) вы будете, возможно, всю жизнь. Пожинать плоды будут ваши дети. Может быть, даже внуки. По-моему, оно стоит того! И кажется, это замечательная валюта - работа с возражениями!

3. Работа с возражениями - это наработка статистики

Этот тезис следует из предыдущего. В среднем, как я уже говорил, нашим партнером становится один из пяти-шести человек. Не стоит расстраиваться из-за того, что кто-то вам отказал. Каждый отказавший приближает вас к тому, кто согласится. Представьте себе золотоискателя, который раз за разом промывает лотки с песком, ожидая, когда в одном из них блеснет золотая порода. Представьте, он промыл свой первый лоток, и увидел, что золота там нет. И тут он начинает плакать и возмущаться: «Ну вот, так я и знал, что у меня ничего не получится! Не буду больше этим заниматься!» Абсурд! Он промывает, и ждет! Следующий лоток! Следующий! Золотоискатель ждет и надеется. Ему только и остается надеяться, ведь он не может рассчитывать на то, что в каждом шестом лотке окажется золотой песок. Нам же с вами не надо надеяться, так как мы **ЗНАЕМ**. В отличие от золотоискателей, у нас есть статистика. Еще две, три, четыре попытки - и вот он, наш результат!

Привлечение в бизнес напоминает поиск тузов в карточной колоде. В ней четыре туза. Они могут находиться в самом начале колоды. Могут быть в конце. Возможно, они равномерно разбросаны по колоде, но они в ней есть! Переберите колоду, и вы найдете все четыре. Затем - распечатайте следующую!

Вывод: не имеет смысла расстраиваться из-за возражений, так как работа с возражениями - это просто наработка статистики.

4. Возражения - это гарантия того, что рынок НЕ БУДЕТ перенасыщен консультантами MLM-компаний

Представьте себе, что каждый человек, которому вы предлагаете заняться бизнесом, сразу же соглашается. Без каких бы то ни было возражений. Представьте, что все, кому рассказывают о бизнесе ваши консультанты, также

с готовностью принимают предложение. Вообразите на секундочку, что такая же картина наблюдается у каждого, кто занимается бизнесом MLM.

Знаете, что в таком случае произошло бы менее чем за год? Все население земного шара стало бы консультантами ВСЕХ MLM-компаний.

Слава богу, что есть возражения! Именно благодаря их существованию этот бизнес долговечен.

Люди разные. Они не всегда готовы СРАЗУ ЖЕ начать менять свою жизнь. Они возражают, так как не хотят выходить из своей зоны комфорта (несмотря на то, что этот «комфорт» их совершенно не удовлетворяет). Люди ПОСТЕПЕННО меняют свою точку зрения на бизнес MLM. Они медленно созревают, и в это время подрастают их дети, также становясь нашими кандидатами в партнеры по бизнесу.

Таким образом, благодаря существованию возражений мы можем быть уверены в том, что занимаясь бизнесом MLM, мы создаем будущее на много лет и даже десятилетий. Возражения существовали, существуют и будут существовать (это обусловлено свойствами человеческой природы), а значит доход, который мы заработаем в этом бизнесе, реально может приносить пользу и детям нашим, и внукам.

5. Возражения - это фильтр конкуренции

Скажите, все ли ваши соседи являются консультантами какой-нибудь MLM-компаний? Нет? А сотрудники? Родственники? Бывшие одноклассники, сокурсники? Не все? Конечно же! Более того, даже не многие. Но ведь у каждого из них есть хотя бы один знакомый, занимающийся этим бизнесом! Почему они к нему не присоединились? Да потому, что он, возможно, и не звал.

Большая часть тех, кто занимается бизнесом MLM, занимаются им или вовсе неактивно, или «малоактивно». В самом начале, только став консультантами, они «попробовали». Рассказали о бизнесе нескольким знакомым, «нарвались» на возражения, и это им не понравилось.

Многие люди не любят работать с возражениями. Конечно, их можно понять. Я тоже не люблю, когда мне возражают! А еще я не люблю вставать рано. Я не люблю есть каши. Есть довольно много вещей, которые я не слишком люблю. Но делаю. Потому что знаю, как это повлияет в дальнейшем на мою жизнь. И постепенно, начиная приносить свои плоды, эти, на первый взгляд не очень приятные вещи, начинают мне нравиться.

Вообще парадоксально, что большинство вещей, приносящих нам в перспективе максимальную пользу и удовольствие, делать сегодня не слишком приятно. И наоборот. Поэтому всегда **МЕНЬШИНСТВО** людей будут богатыми, здоровыми и успешными.

Вот какие дела. По причине вышесказанного большая часть консультантов MLM-компаний не очень активно создают бизнес. Поэтому ваши соседи, сотрудники, одноклассники, и родственники не являются дистрибьюторами сетевых компаний. По крайней мере, большинство из них.

Возражения - фильтр конкуренции. Они отсеивают тех, кто недостаточно созрел для перемен. Они отсеивают людей, согласных довольствоваться тем, что есть, лишь бы не напрягаться. Фактически, возражения непрерывно освобождают место для тех, кто действительно **ХОЧЕТ** изменить свою жизнь. Вопрос: - **ВЫ** хотите изменить свою жизнь? Сделать ее ярче, интересней, насыщенной? - **ВЫ** хотите стать финансово независимым человеком? Если ваш ответ «**ДА**», то что еще можно сказать? Возражения работают **НА ВАС!** Они - ваши союзники.

6. Работа с возражениями — это тренинг личностного роста

Человек, серьезно занимающийся бизнесом MLM, - быстро прогрессирует. Буквально на глазах. Я наблюдал **СОТНИ** таких примеров. Ясный взгляд, сочный голос, уверенная походка и движения. Позитивность. Убедительность речи. Выраженное чувство собственного достоинства. Это - далеко не полный список изменений, происходящих в человеке, который порой всего полгода-год серьезно занимается бизнесом MLM. Изменения настолько бросаются в глаза, что знакомые, которые не видели вас всего несколько месяцев, при встрече удивленно говорят: «Надо же! Ты так изменилась!» Говорят и пристально смотрят на вас, пытаясь понять, что же такое произошло в вашей жизни, что вы так заметно изменились за столь короткий промежуток времени?

Значительная часть позитивных изменений, происходящих в человеке, занимающимся бизнесом MLM, является следствием его работы с возражениями.

Работа с возражениями развивает целый спектр лидерских качеств. Она вырабатывает убедительность, настойчивость, целеустремленность и коммуникабельность, развивает красноречие, реакцию и скорость мышления; она делает нас авторитетными в глазах других, ведь человек, которого мы аргументировано и ненавязчиво переубедили, - начинает чувствовать силу

нашей личности (а также перспективность нашей позиции). Кстати, именно работа с возражениями помогает нам приобрести поистине бесценный в жизни навык: умение отстаивать свое мнение и свою жизненную позицию.

Работа с возражениями повышает нашу уверенность в себе. Мы рассказываем человеку о возможностях бизнеса, и он говорит нам: «Да ну, это не серьезно! Это не мое!» Мы немного общаемся с ним, и вот он уже задумался: «Да, пожалуй, в этом что-то есть...» А потом... проходит еще некоторое время, и он со сцены говорит нам: «Спасибо тебе, Спонсор! В моей жизни произошли колоссальные изменения, и это - благодаря тебе!» Как, по-вашему, влияют подобные ситуаций на нашу самооценку? Безусловно, и самым благоприятным образом!

И вообще, знаете, что я хотел бы сказать? Работая с возражениями, мы создаем для себя и своих близких будущее, о котором большая часть населения стран СНГ может только мечтать. Но! Даже если бы за нашу работу с возражениями не платили деньги, даже если бы она не приносила нам высокого и стабильного дохода, это **СТОИЛО** бы делать. Потому что работа с возражениями - это **ЭФФЕКТИВНЫЙ ТРЕНИНГ ЛИЧНОСТНОГО РОСТА**.

Ну вот, мы с вами рассмотрели **первую составляющую МАСТЕРСТВА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ**: эта составляющая является важной частью «бронезилета», способного защитить нас и наших партнеров по бизнесу от «осколочных ранений возражениями». Представьте себе, насколько выше будет «иммунитет» наших новичков, если с самого начала мы поможем им осознать то, что стоит за каждым из рассмотренных тезисов! Насколько сами мы будем устойчивее к отказам и возражениям, глубоко понимая вышеописанные вещи!

Что ж, можно двигаться дальше.

ГЛАВА 2. ПОЧЕМУ ЛЮДИ ВОЗРАЖАЮТ?

Значимость этой составляющей очень велика. Существует около тридцати распространенных возражений, которые мы можем услышать от людей в ответ на предложение присоединиться к нашему бизнесу. Несмотря на это, важно понимать, что истинных причин возражений всего несколько. Крайне важно знать эти причины. Не зная, что на самом деле кроется за каверзными

замечаниями, человек, недавно пришедший в бизнес, может сделать неправильные выводы. Выводы, напрочь перекрывающие ему путь к успеху.

Он может решить, что добиться в этом бизнесе хороших результатов - невероятно трудно, а это не так. Он может посчитать, что лишен качеств, необходимых для достижения успеха, чего фактически не может быть, так как все необходимое для успешного построения этого бизнеса - умение мыслить, стремиться и действовать есть у каждого человека. В конце концов, он может прийти к ложному выводу, что возможности этого бизнеса не нужны тем, кому он о них рассказывает, и, как следствие, - что он занялся не тем делом.

Итак, цель данной составляющей - осознать истинные причины возражений. Таких причин - три.

1. НЕЖЕЛАНИЕ МЕНЯТЬ ПРИВЫЧНЫЙ ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Жизнь человека состоит из привычек. Привычек что-либо делать и привычек чего-либо НЕ делать. Привычка засыпать в темноте либо при свете, в тишине либо под тихое «жужжание» телевизора. Привычные цветовые гаммы нашей одежды. Привычное меню. Протопанные «тропы» на работу, в магазин, и на остановку. Мы умудряемся превращать в привычку все что угодно. Заходя в ресторан, мы только в первый раз ВЫБИРАЕМ столик. Все последующие посещения мы, не думая, занимаем именно его (как правило). Точно так же человек привыкает к своему виду деятельности, несмотря на его явную (порой) нерезультативность.

Одним из основных источников возникновения привычек является инстинкт самосохранения. Он говорит нам, что новое - это неизвестное, а неизвестное может таить в себе опасность. Именно поэтому мы во всех сферах жизни и деятельности создаем привычки. Для того, чтобы чувствовать себя спокойно и в безопасности. Чтобы, не напрягаясь, ходить протоптанной тропой. Инстинкт самосохранения побуждает нас создавать разного рода привычки ради нашей пользы, но иногда мы становимся их рабами себе во вред.

Человек, которому мы предлагаем заняться бизнесом, может сколько угодно ругать придирчивого начальника, возмущаться тем, что ему мало платят, жаловаться на то, как ему все надоело. Несмотря на это - все описанное является для него зоной комфорта. Набором привычек. Менять их непросто, и он не особо хочет это делать. Легче оставить все, как есть, втайне лелея надежду, что все как-нибудь наладится само собой. Вместо плохого начальника придет хороший, который будет платить больше. Вместо плохого президента - другой, который уменьшит цены на продукты, и т. д.

Часто люди, желая улучшить качество своей жизни, в то же время не хотят менять привычный вид деятельности. Это - первая причина возражений.

2. НЕВЕРНАЯ ОЦЕНКА СВОИХ ШАНСОВ НА УСПЕХ

Это - **ГЛАВНАЯ** причина возражений. Никто из нас не враг себе и своим близким (несмотря на то, что порой наши действия явно этому противоречат). Любой человек хочет позитивных изменений, и если он отказывается от нашего предложения или возражает нам - значит, он недостаточно верит в успех «предприятия».

Если задуматься, каждый раз перед тем, как начать какое-то новое дело, способное улучшить нашу жизнь, - мы осознанно либо «полуосознанно» стремимся определить свои шансы на успех. Если нам кажется, что шансы достаточно хороши - мы, скорей всего, принимаем решение начать действовать. Если же вероятность успеха представляется нам малой - мы, вполне вероятно, отказываемся от попыток.

Каждый человек, которому мы предлагаем стать нашим партнером по бизнесу, оценивает свои шансы на успех по двум параметрам: 1) с точки зрения собственного опыта (делал ли я ранее что-то подобное и насколько успешно); 2) с точки зрения опыта окружающих его людей (насколько преуспели мои знакомые, занимающиеся этим бизнесом). Причем, по этим параметрам наши «кандидаты» оценивают не только свои шансы на успех конкретно в бизнесе MLM, но и вероятность успеха «в принципе» (насколько в принципе возможно то, что я стану преуспевающим человеком).

Что ж, сейчас мы с вами рассмотрим, как те, кому мы предлагаем заняться бизнесом MLM, оценивают свои шансы на успех. Мы увидим, почему они приходят к выводу, что у них вряд ли получится (в результате чего начинают «расстреливать» нас стандартным набором возражений), а также определим почему их выводы ошибочны. Итак.

Как наши «кандидаты» оценивают свой шанс на успех В БИЗНЕСЕ MLM с точки зрения ЛИЧНОГО ОПЫТА

Если человек ранее НЕ занимался бизнесом MLM

В этом случае наш знакомый может прийти к выводу, что его шанс на успех невелик, по следующим причинам:

А) Просто потому, что он раньше ничего подобного не делал.

Ошибка: все, что мы сегодня умеем делать, мы когда-то делали в первый раз, а до этого - не умели. Вопрос: что бы мы сегодня имели, и кем бы мы были, если бы НИКОГДА не начинали что-то делать в первый раз?

Отсюда и второй вопрос: что мы будем иметь ЗАВТРА, если откажемся от обучения чему-то новому сейчас?

Б) Увидев, ЧТО ему необходимо делать для достижения успеха (а это привлечение новых людей, поиск клиентов и обучение своей группы), человек может решить, что его личностные качества недостаточно развиты для этого (отсюда и возникают возражения типа «Здесь надо быть уверенным в себе», «Здесь надо быть коммуникабельным», и т. д.).

Ошибка: все качества и навыки, которые необходимы для достижения успеха в бизнесе MLM, развиваются постепенно, практически сами по себе. Сначала мы делаем простые вещи, и когда они у нас начинают получаться - простыми в свою очередь становятся те, что казались нам сложными месяц назад. Так, совершенно незаметно (спросите у любого лидера MLM, и он это подтвердит) в течение нескольких лет мы значительно развиваем свои личностные и профессиональные качества, и в результате становимся настоящими специалистами (обладающими соответствующим доходом).

Теперь давайте посмотрим, как оценивает свои шансы на успех в бизнесе MLM (опираясь на собственный опыт).

Человек, который уже предпринимал попытки построить бизнес, но у него не получилось.

В этом случае наш знакомый часто считает, что если в первый раз не вышло - второй раз попробовать не имеет смысла.

Ошибка: Главной ошибкой почти всех, кто «попробовал, и у него не получилось», является неправильный вывод о причинах неудачи. На самом деле в нашем бизнесе человек может добиться замечательных успехов и со второго, и с третьего раза. Потому, что в бизнесе MLM успех фактически ГАРАНТИРОВАН в том случае, если человек, во-первых, ОЧЕНЬ ХОЧЕТ добиться серьезных результатов, и во-вторых, если он, начиная создавать бизнес, ПЛОТНО контактирует с успешными, активными лидерами, обучаясь у них и «подпитываясь» их энергией. Исходя из этого мы видим, что есть лишь две причины большинства неудач на старте. Первая: человек начал заниматься бизнесом, не раскрутив как следует маховик своего желания (возможно, он еще недостаточно созрел для перемен). Вторая: на старте человек не позаботился о том, чтобы подключиться к источнику знаний и энергии успеха.

Большинство тех, у кого не получилось, не знают этих двух причин (либо не хотят знать). Поэтому им трудно сделать правильные выводы, и настроиться покорить цель со второй попытки.

Движемся дальше.

КАК НАШИ «КАНДИДАТЫ» ОЦЕНИВАЮТ СВОЙ ШАНС НА УСПЕХ В БИЗНЕСЕ MLM С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ОПЫТА ИХ ЗНАКОМЫХ

Пытаясь оценить свои шансы на успех, человек (которому мы предлагаем заняться бизнесом вместе с нами) вспоминает своих знакомых, так или иначе связанных с этим бизнесом. Увы, довольно часто их опыт совсем не вдохновляет. В результате у человека возникает ощущение, что у него также ничего путного не выйдет.

Ошибка: человек не знает, что подавляющее большинство людей, которые не могут нахвастаться приличными результатами в бизнесе MLM - НЕАКТИВНЫ. Они просто не делают того, что необходимо делать для получения хорошего результата. Возможно, у вас возникнет вопрос: а почему же люди неактивны, если этот бизнес так хорош? Отвечу. Потому, что они идут, как правило, по следующей цепочке:

- Начинают заниматься бизнесом, не веря в себя и в свой успех;
- Предпринимают короткую серию действий, сталкиваются с первыми отказами и возражениями;
- Не получая мгновенного результата, отказываются от активных действий.

Вот так все просто. Теперь рассмотрим:

КАК НАШИ «КАНДИДАТЫ» ОЦЕНИВАЮТ СВОЙ ШАНС НА УСПЕХ В ПРИНЦИПЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЛИЧНОГО ОПЫТА

Люди, которым мы рассказываем о возможностях бизнеса, как правило, не богаты. Верно? И, как правило, они богатыми не были и раньше. Им по 30, 40, 50 лет. А ведь уже к 30-ти годам у человека складывается набор шаблонных представлений о себе (исходя из своего предыдущего опыта): вот это я умею, а вот это — нет; на это я способен, а это мне не дано, здесь мне везет, а здесь — нет. Уровень объективности этих представлений чаще всего не выдерживает никакой критики. К примеру, для того, чтобы человек решил, что играть в большой теннис - это «не мое», ему порой достаточно один раз неудачно попробовать. Для того, чтобы счесть себя неспособным к предпринимательству, также часто хватает всего одной неудачной попытки. Вот и складывается у людей набор шаблонов (на 80% ошибочных!), мешающих им раскрыть свой потенциал, добиться успеха и вообще жить В ПОЛНОЙ МЕРЕ.

Что же происходит с теми, кому мы предлагаем заняться бизнесом? Когда мы к ним приходим - они находятся в кругу проблем. У них, возможно,

и мысли нет о том, чтобы **ПРИНЦИПИАЛЬНО** поднять свой финансовый уровень. Нередко наши знакомые настолько погружены в решение проблем, что, услышав от нас о возможности **ЗНАЧИТЕЛЬНО** улучшить уровень своей жизни, они относятся к этому, как крот, которому предлагают полететь на Марс. В результате они **ЗНАЧИТЕЛЬНО ЗАНИЖАЮТ** свои шансы на успех. Потому и возражают.

— И наконец, последний фрагмент.

Как наши «кандидаты» оценивают свой шанс на успех — В ПРИНЦИПЕ с точки зрения ОПЫТА ИХ ЗНАКОМЫХ

Вопрос: если человек, которому мы предлагаем присоединиться, не богат, какой уровень обеспеченности в его кругу общения? Чаще всего, такой же. Отсюда следующий вопрос: поможет ли это ему объективно оценить свои шансы на успех? Вряд ли. Материальный уровень круга общения имеет свою собственную гравитацию, которую иногда очень непросто преодолеть. Если присмотреться, можно заметить следующее: у человека, как правило, нет личного автомобиля, когда нет личного авто у большинства из тех, с кем он общается. Человек мало путешествует (даже по близко расположенным, финансово доступным местам), если большая часть его знакомых ведет малоподвижный образ жизни. Эта закономерность прослеживается буквально во всем. Принципы. Уровень культуры. Отношение к людям. На все эти вещи влияет круг общения. И, конечно же, он не может не влиять на **ВЕРУ В УСПЕХ**.

По причине всего сказанного люди, которым мы рассказываем о возможностях бизнеса, не особо обеспеченные, с небогатым кругом общения, **В ПРИНЦИПЕ ЗНАЧИТЕЛЬНО ЗАНИЖАЮТ СВОИ ШАНСЫ НА УСПЕХ**. Возможно, вы спросите: а что же им делать? Отвечу. Либо вырываться вперед, преодолевая гравитацию, либо менять круг общения. Есть еще один вариант. Оставить все, как есть: забыть о том, что есть прекрасные страны, комфортные автомобили, просторные квартиры с классным ремонтом и ни в чем не нуждающиеся дети.

Что ж, мы с вами проанализировали главную причину того, что люди, которым мы презентуем возможности бизнеса, возражают. Мы увидели, как они оценивают свои шансы на успех. Рассмотрели, как и почему они приходят к выводу, что у них вряд ли получится, и в чем состоит ошибочность их выводов. Теперь пришло время рассказать о третьей и последней причине возражений.

3. ИСКАЖЕННОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ ЭТОМ БИЗНЕСЕ

Эта причина частично перекликается с тем, что было сказано выше. Что знает большинство людей о бизнесе MLM? То самое большинство, которые не имеют среди близких знакомых ни одного действительно успешного сетевого? НИЧЕГО. Нет, часто они считают, что знают многое, но на самом деле эти знания, увы, гроша ломанного не стоят. Информация, которой обладают те, кому мы предлагаем стать нашими партнерами, чаще всего не объективна, так как поступает к ним из трех источников:

А) От людей, которые попробовали, и у них не получилось. Конечно же, такие люди не являются специалистами. Да и что они могут рассказать? Вряд ли что-то хорошее. Ведь тогда бы им пришлось признать, что у них не вышло по их собственной вине.

Б) От тех, кто занимается бизнесом несерьезно. Такие люди, естественно, не имеют сколько-нибудь значительных результатов и разбираются в бизнесе соответствующим образом.

В) От тех, кто наслушался первых и вторых.

В результате, информация о бизнесе MLM, которая поступает к нашим «кандидатам», нередко сильно искажена, и поэтому, естественно, является причиной возражений.

Подведем итоги главы. Мы с вами познакомились со второй составляющей МАСТЕРСТВА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ, и теперь знаем три основные причины возражений:

1. Нежелание менять привычный вид деятельности.
2. Неверная оценка своих шансов на успех.
3. Искаженное представление об этом бизнесе.

Как мы уже определили, данная составляющая исключительно важна, так как, зная вышеописанные причины, мы не будем введены в заблуждение несколькими десятками возражений, которые можем услышать от наших знакомых.

Теперь переходим к следующей составляющей.

ГЛАВА 3. ПРАВИЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ВОЗРАЖЕНИЯМ

Значение правильного отношения к возражениям КОЛОССАЛЬНО. Фактически, оно обеспечивает 50% успеха на старте. Почему так много? Да

потому, что обладая им, наш новичок защищен настоящим «бронезиловым». Столкнувшись с возражениями, он не станет слишком расстраиваться, а значит не прекратит попыток, и его шансы успешно стартовать будут действительно велики.

Правильное отношение к возражениям (как я уже говорил), является своеобразным итогом двух предыдущих составляющих мастерства работы с возражениями. Оно представляет собой набор утверждений - выводов, сделанных нами на основе понимания того, чем являются возражения в жизни и бизнесе (составляющая 1), а также знания истинных причин возражений (составляющая 2).

Давайте рассмотрим эти утверждения.

1. Я знаю о том, что возражения в жизни - это плата за любое усовершенствование. Природа всегда возражает, когда мы хотим чего-то лучшего. Это - закон. Лучшее нужно заслужить. Я понимаю, что работа с возражениями в бизнесе MLM - моя плата за достижение высокого уровня жизни. Возражения - это **НОРМАЛЬНО**.

2. Я помню о том, что именно благодаря возражениям не произойдет перенасыщения «рынка» консультантами MLM-компаний.

3. Я осознаю, что работая с возражениями, нарабатываю положительные личностные качества. Благодаря работе с возражениями я становлюсь сильным, уверенным, убедительным, авторитетным, красноречивым и **ОБЕСПЕЧЕННЫМ** человеком!

4. Я уверен в том, что возражения **НЕ ПОМЕШАЮТ** мне добиться прекрасных результатов. Помню о том, что мы нарабатываем статистику. Я отношусь совершенно спокойно к тому, что человек может не стать моим партнером по бизнесу. Ведь каждый отказ только приближает меня к статистическому согласию.

5. Я четко знаю, что люди выражают только свое мнение, оно может быть необъективным. Я могу слышать от своих знакомых несколько десятков возражений, но это не собьет меня с толку, так как мне известны истинные причины их возражений.

6. Я знаю, что возражения человека не означают, что ему этот бизнес на самом деле не нужен. Уверен, что человеку **НУЖЕН** этот бизнес, просто он **ПОКА** не понимает этого, и я могу оказать ему колоссальную услугу, доведя до его понимания то, как может измениться его жизнь благодаря этому бизнесу.

Примечание. Последнее утверждение можно подтвердить следующими примерами.

Пример 1. Как вы считаете, какой процент населения стран СНГ хотел бы иметь ежемесячный доход около 1000 долларов и свободное время? Процентом восемьдесят, не так ли? Реально ли в нашем бизнесе иметь такой доход? Реально! Можно иметь и значительно больший. Значит, 80% населения **НУЖДАЮТСЯ** в этом бизнесе. Просто они этого пока что не осознают.

Пример 2. Иногда случается так, что наш ребенок болеет, и ему нужно дать лекарство. Ребенок не хочет его принимать и возражает. Однако мы знаем, что ему **НЕОБХОДИМО** это лекарство. Он просто не понимает этого. Так же и в нашем бизнесе. Многие «больны бедностью», и бизнес **MLM** - это то самое лекарство, которое может им помочь.

Как мы можем увидеть из этих примеров, **НИКОГДА** не стоит расстраиваться, если нам возражают либо отказывают. Представьте, что врач прописал лекарство, а больной отказывается его принимать. Какой будет реакция врача? Представьте, что он скажет: «Вот так я и знал, что у меня не получится! Не буду больше этим заниматься!» Абсурд! Врач в данной ситуации просто пожмет плечами. Каким же образом надо реагировать и на отказы тех, кому мы предлагаем заняться бизнесом **MLM**.

Мы с вами рассмотрели шесть утверждений, с помощью которых можно сформировать у новичков (а также у нас самих) правильное отношение к возражениям. Должен сказать, что привить новичкам правильное отношение к возражениям необходимо **В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ**, в первые дни занятия бизнесом. Гарантированная закономерность заключается в следующем: **ЧЕМ РАНЬШЕ И ЧЕМ ГЛУБЖЕ НАШИ ПАРТНЕРЫ ПО БИЗНЕСУ «ПРОПИТАЮТСЯ» ПРАВИЛЬНЫМ ОТНОШЕНИЕМ К ВОЗРАЖЕНИЯМ - ТЕМ ВЫШЕ ИХ ШАНСЫ УСПЕШНО СТАРТОВАТЬ.**

И теперь, когда мы полностью разобрались с «бронезилетом», можно со спокойной совестью переходить ко второй части книги.

Часть II. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ

ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Итак, мы рассказали человеку, которого хотели бы видеть своим партнером, о возможностях бизнеса **MLM**. Спросили его (как это обычно делается): «Что ты об этом думаешь?», и... он начал возражать. Мы, в свою очередь, начинаем работать с его возражениями. По новой технологии.

Технология работы с возражениями (она же четвертая составляющая **МАСТЕРСТВА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ**) состоит из четырех шагов.

ШАГ 1. Определите тип возражения.

ШАГ 2. «Включите» желание.

ШАГ 3. «Озвучьте» скрытый вопрос.

ШАГ 4. Ответьте на возражение.

шаг 1. ОПРЕДЕЛИТЕ ТИП ВОЗРАЖЕНИЯ

Когда я начинал заниматься бизнесом MLM, я сформировал в себе ПРАВИЛЬНОЕ отношение к возражениям. Когда мои кандидаты возражали я не расстраивался, не напрягался, а спокойно и четко отвечал на каждое возражение. Я давал УБЕДИТЕЛЬНЫЕ ответы и считал, что достаточно ответить всего на несколько возражений (наиболее волнующих человека), для того, чтобы он все понял и согласился взяться за это дело. Однако иногда случалось, что работа с возражениями, несмотря на мои четкие ответы, превращалась в «базар». Полагаю, эта ситуация знакома многим. Когда разговор о бизнесе вызывает ощущение переливания «из пустого в порожнее». Человек возражает - мы грамотно отвечаем на возражение. Наш ответ не производит на него никакого впечатления, и он просто выдвигает следующее возражение, затем следующее, и так далее. А когда запас его возражений заканчивается... он начинает все то же самое с начала. Так сказать, по второму кругу.

Каждый раз, когда я сталкивался с этой откровенно нудной ситуацией, у меня возникало ощущение, что я что-то делаю не так. Казалось, что упускаю что-то очень важное. Однако достаточно долго я не мог понять, в чем же тут загвоздка. До тех пор, пока не «родилась» мотивационная технология «Градусник Успеха» (по которой написана моя книга «Система мотивационного рекрутирования» и создан тренинг «Система выращивания Директоров»).

Создавая «Градусник Успеха», я понял, что возражения делятся на два типа, и работать с ними надо совершенно по-разному. Человек может говорить одни и те же слова, но от того, КАК он их говорит, зависит то, как с данным возражением работать. Таким образом, работа с возражениями превращается в «переливание из пустого в порожнее», когда мы с обоими типами возражений работаем одинаково. Итак, вернемся к технологии.

Человек начал возражать. Нам необходимо определить тип возражения. Таких типов два:

Тип 1. Отговорка.

Тип 2. Скрытый вопрос.

Отговорка

Это тот самый тип возражения, который «сводит нас с ума». Его очень легко определить. Если мы чувствуем, что, возражая человек не испытывает никакого интереса к тому, с чем мы к нему пришли; если человек, возразив, не хочет слушать и слышать того, что мы ему отвечаем; если создается ощущение, что наш знакомый отмахивается от нас, как от назойливой мухи, - его возражения можно классифицировать, как **ОТГОВОРКИ**.

Возражая в форме отговорки, человек может (в прямом смысле слова) махать на нас рукой. Отговорка нередко произносится с иронией, категорическим либо пренебрежительным тоном (что приводит в ужас «не одетых в бронежилет» новичков). Нередко она начинается с «Да ну!». К примеру; «Да ну, у меня нет времени на все это (и взмах рукой)!» Или: «Да ну, сейчас уже поздно этим заниматься (и традиционный взмах руки)!»

Скрытый вопрос

Возражение в форме скрытого вопроса отличается тем, что за таким возражением явно заметна заинтересованность. Мы видим, что человек задумался. Похоже, рассказав ему о возможностях бизнеса, мы зацепили его «за живое». Возражая в форме скрытого вопроса, человек, как правило, проявляет любопытство, говорит серьезным голосом. Не категорично и без пренебрежения. Человек не язвит и не иронизирует. Возражение в форме скрытого вопроса также может иметь вопросительный оттенок. К примеру: «Вообще-то у меня не так много свободного времени. Ты думаешь, мне имеет смысл браться за это дело, если я смогу уделять ему лишь пару часов в день?» Либо: «Знаешь, я вообще-то считал, что этим бизнесом сейчас занимается достаточно много людей. Разве это не так?»

Чувствуете разницу между отговоркой и скрытым вопросом? Еще бы не чувствовать.

Итак, человек высказал возражение, мы определили его тип. Что делать дальше?

Если тип высказанного возражения - скрытый вопрос - мы сразу переходим к третьему шагу («озвучьте» скрытый вопрос). Вы спросите: «А как же второй шаг?»



А второй шаг является промежуточным. Он предназначен специально для работы с отговорками. Вообще, между работой со скрытыми вопросами и работой с отговорками есть принципиальное отличие. Со скрытым вопросом работать достаточно просто, так как человек заинтересован, а раз он заинтересован - он будет слушать ответ на свое возражение внимательно и непредвзято. С отговоркой же дело обстоит иначе. Отговорка - это стена между человеком и нами, и пытаться переубедить человека, возражающего в форме отговорки, все равно, что биться лбом об эту стену. Таким образом, наша задача, встретившись с отговоркой, - трансформировать ее (при помощи второго шага «Включите» желание) в скрытый вопрос, после чего мы опять-таки перейдем «третьему шагу».

Еще раз: если мы определяем возражение как скрытый вопрос - сразу переходим к третьему шагу, если же возражение является отговоркой - мы переводим ее в скрытый вопрос при помощи второго шага.

Что ж, вы видите, что в любом случае все пути ведут к третьему шагу, и займемся мы им несколько позже - после того, как научимся «превращать» отговорки в скрытые вопросы. А сначала

Главный секрет успешной работы с возражениями

Представьте себе такую картинку: *Зима. Метель. 15 градусов мороза. Восемь часов вечера. Дома тепло и уютно, по телевизору идет ваша любимая передача. Вы сидите на диване и думаете о том, что прямо сейчас вам необходимо встать, одеться и ехать в другой, конец города" (на маршрутке с двумя пересадками), так как к вам приезжала родственница, которая попросила вас именно сегодня и именно в это время отвезти какие-то документы какой-то своей знакомой. Она сказала, что это очень важно, и вы пообещали, что сделаете. Дополню еще картинку тем, что вы живете на десятом этаже, но лифт не работает. Представьте себе, что вы в этой ситуации чувствуете и о чем думаете.*

Возможно, вы думаете о том, что вот, дернул же меня кто-то за язык пообещать! Теперь давай, пешком по темноте (лампочки-то повыкручивали) спускайся вниз (а в прошлом году, когда вечером лифт не работал, с Аллы Юрьевны наркоманы прямо на лестнице сережки сняли), потом иди по метели два квартала до остановки. Жди маршрутку. Потом - пересадка. Там - ищи, где эта-знакомая живет. И обратно все то же самое. Холодно! - Так и простудиться недолго. А если - я заболею, кто завтра дочку в музыкальную школу отведет?

Настроение у вас, похоже, не очень. Вы думаете о том, какие есть уважительные причины, чтобы никуда не ехать. Другими словами, вы ПРИДУМЫВАЕТЕ ВОЗРАЖЕНИЯ.

А теперь мы эту картинку немного изменим.

Зима. Вечер. Мороз. Десятый этаж. Не работает лифт. Вам надо ехать в другой конец города с двумя пересадками... Словом, все то же самое. С одной только разницей. Вам необходимо поздним вечером в непогоду поехать в другой конец города... для того, чтобы забрать готовые документы для вашего семейного путешествия на Канарские острова.

Скажите, что вы ТЕПЕРЬ чувствуете и думаете? Что-то изменилось? Естественно. Вы легко и энергично спускаетесь с десятого этажа, идете по улице, не замечая ветра и снега, и представляете себе, как вы со своими родными загораете на шикарном пляже. Представляете комфортный перелет в самолете бизнес - классом (конечно, если вы не боитесь летать). Перед вашими глазами мелькают замечательные виды и роскошный номер пятизвездочного отеля. А еще вы думаете о том, как снимете это все на фото и видео и покажете своим друзьям.

Похоже, вы даже и не пытаетесь найти причины, чтобы остаться дома. Настроение у вас прекрасное, и вы уверены, что проблема с «доставкой» дочки в музыкальную школу как-нибудь решится. Насчет того, что заболеете, вы тоже не особо переживаете. Напрасно, что ли, вы уже три месяца закалялись, обливаясь холодной водой по два раза в день? Что же касается Аллы Юрьевны (которую ограбили на лестнице) - так ведь подобный случай произошел всего один раз за последние 25 лет!

ВЫ НЕ ПРИДУМЫВАЕТЕ ВОЗРАЖЕНИЯ.

Суть главного секрета работы с возражениями начинает проявляться, но прежде чем делать выводы, мы рассмотрим еще один выразительный пример.

Вообразите, что вы едете на поезде. Вечер. Вы выпили литровый пакет сока, и легли спать.

Приблизительно в два часа ночи у вас начинает появляться цель... Поначалу вы сквозь дрему ощущаете, что цель тихонько требует, чтобы ее «реализовали». Однако встать не хочется. На полусознательном уровне вы начинаете придумывать возражения: «Это же надо спускаться со второй полки... искать в темноте тапки... идти в не особо приятное (в гигиеническом смысле) место для реализации цели... а там «разбуркаюсь» и вообще не смогу уснуть...»

Однако время идет, и сила желания нарастает. Наконец приходит такой момент, когда «терпеть уж больше нету сил». Вы энергично соскакиваете с постели и решительно направляетесь в сторону места осуществления цели. Или... скажите, быть может, в этой ситуации вы будете возражать? Возможно ли такое, что вы будете лежать и сомневаться: «А вдруг у меня не получится? А вдруг уже слишком много людей занимаются ЭТИМ? А может быть, надо было раньше начинать?!»

Да. Смешно. Однако пришло время сделать вывод, и он такой:

ЧЕМ БОЛЬШЕ У ЧЕЛОВЕКА СИЛА ЖЕЛАНИЯ, ТЕМ МЕНЬШЕ ОН ИЩЕТ, ЧТО ЕМУ МОЖЕТ ПОМЕШАТЬ. ТЕМ МЕНЬШЕ ОН ВОЗРАЖАЕТ.

Это и есть главный секрет работы с возражениями:

ЗАЖГИТЕ В ЧЕЛОВЕКЕ БОЛЬШУЮ СИЛУ ЖЕЛАНИЯ, И ОН НЕ БУДЕТ ВОЗРАЖАТЬ (или возражений будет совсем немного, и высказаны они будут в форме скрытого вопроса).

Безусловно, то, как и сколько человек возражает, во многом зависит от того, насколько мы «включили» его желания вовремя презентации возможностей бизнеса. В моей практике неоднократно были случаи, когда человек так «загорался» во время рассказа о бизнесе, что **ВООБЩЕ** не возражал. Такое возможно. Исходя из этого, мы можем увидеть, что работать с возражениями нашего знакомого нам приходится тем больше, чем меньше мы разбудили его желания, рассказывая о бизнесе, и (соответственно) наоборот. Однако несмотря на качество нашей презентации чаще всего люди все-таки возражают. И, увы, чаще возражают в форме отговорки, чем в форме скрытого вопроса.

Так что же такое эта самая отговорка? Почему человек иногда возражает, не слыша и даже не слушая ответов? Не видя, что то, с чем мы к нему пришли, возможно, на самом деле - **ЕГО ШАНС**.

Отговорка - следствие отсутствия желаний. Нередко те, кому мы рассказываем о возможностях нашего бизнеса, настолько сконцентрированы на

решении проблем, что забыли о своих желаниях. Поэтому они просто не воспринимают всерьез то, что мы им говорим, «отмахиваясь» от нас при помощи отговорок.

Главное, что необходимо, запомнить: если ваш знакомый возражает вам в виде отговорки, если он не проявляет никакого интереса к тому, о чем вы рассказали, НЕ НАДО его переубеждать. Это не эффективно.

Если человек говорит вам: «Да ну, сейчас все этим занимаются!», не объясняйте ему, что он неправ.

Если он говорит: «Да ну, у меня соседка пробовала, у нее не получилось!», не вступайте в полемику.

Если человек говорит вам «Да что ты мне рассказываешь, это все вчерашний день!», не доказывайте ему, что это сегодняшней день.

То, что человек «возражает отговорками», - означает, что его желания «спят». Что ж, наша задача вполне ясна. Нам необходимо включить его желания, и тогда отговорки превратятся в скрытые вопросы (с которыми работать намного легче). Как мы уже говорили, сделаем мы это при помощи второго шага.

ШАГ 2. «Включите» желания

Есть немало способов пробудить в человеке желания, но прежде чем мы займемся этим вопросом, мне бы хотелось оговорить одну важную вещь. Я хотел бы обратиться к тем, кто только начал заниматься бизнесом, а также к тем, у кого в данный момент по какой-то причине трудный период (возможно, что-то не получается либо созданию бизнеса препятствуют проблемы личного, семейного, или какого угодно другого характера). Возможно, вы считаете, что в данный момент ваша собственная сила желания не столь велика. Быть может, вы думаете «Как я буду применять какие-то техники, пробуждающие желания в другом человеке, если я сам сейчас не слишком мотивирован?» Я скажу вам со всей своей уверенностью: если даже это так - это не страшно. Главное заключается в том, что техники, пробуждающие желание - зеркальны. Это значит, что если вы пробуждаете желания в другом человеке - это вызывает резонанс в вас самих, в результате чего ваша собственная мотивация также значительно возрастает. Причем, чем больше вы мотивируете другого человека, тем в большей степени это скажется на вашей личной силе желания и на вашем энтузиазме. Попробуйте, и вы убедитесь, что это так.

Единственным условием является следующее: хотите ли вы на самом деле сделать свою жизнь интересней? Хотите ли вы сделать ее насыщенней? Быть

может, вас устраивает сегодняшнее положение вещей, и вы не против того, чтобы все осталось, как есть? Тогда, конечно, вам лучше оставить этот бизнес. Единственная проблема заключается в том, что в таком случае вам придется наблюдать СО СТОРОНЫ как меняется жизнь ДРУГИХ людей. А также жизнь их близких. Это - не очень приятно. Но если вас это устраивает - оставьте затею добиться чего-то в бизнесе MLM. Если же вы все-таки хотите, чтобы в вашей жизни произошли изменения - пробуждайте желания в других людях. Не бойтесь, бояться нечего. Помните фразу: «Нам нечего терять, кроме наших оков». Идите к своим знакомым и зовите их с собой к лучшей жизни, думая только о том, что всего через несколько лет вы и ваши дети почувствуют то, о чем ранее могли только мечтать. То, что начинают чувствовать каждый год сотни, нет, тысячи людей, занимающихся этим удивительным и благородным бизнесом.

А теперь - техники пробуждения желания.

Как я говорил, таких техник существует достаточно много, мы же с вами рассмотрим наиболее эффективные и проверенные на практике. Должен сказать, что тема пробуждения желаний достаточно подробно изложена в книге «Система мотивационного рекрутирования», поэтому данный вопрос мы рассмотрим коротко и сжато.

Итак, вы рассказали человеку о возможностях бизнеса, после чего он выдвинул следующее стандартное возражение (к примеру): «Да ну, здесь нужно навязываться и уговаривать...» По интонациям человека вы видите, что данное возражение относится к разряду отговорок.



Вы не спорите, не переубеждаете человека (это бесполезно), вместо этого обращаетесь к его желаниям, используя следующие методы.

Метод 1. Вопросы, заставляющие задуматься

1. Ты хотел бы...

- *иметь собственную классную машину?*
- *жить в просторной квартире с современным ремонтом?*
- *каждый год с семьей отдыхать в разных странах мира?*
- *чувствовать себя независимым человеком, обладающим стабильным доходом?*

- *иметь возможность дарить своим близким подарки, от которых их глаза будут блестеть от радости и удивления?*
2. *Что будут чувствовать твои дети (близкие, ты сам), когда...*
- *Что будут чувствовать твои дети, когда благодаря тебе их жизнь станет интересной и обеспеченной?*
 - *Что ТЫ будешь чувствовать, встречаясь с одноклассниками, когда у тебя будет возможность с удовольствием делиться происшедшими в твоей жизни переменами (а не жаловаться на жизнь либо чисто символически обмениваться новостями)?*
 - *Что будет чувствовать твоя супруга, когда ваша кухня будет оснащена по полной программе, «от и до»?*
 - *Что ты будешь чувствовать, когда, встретив через несколько лет на улице своего бывшего начальника (который и близко не видел в тебе успешного человека), ты услышишь от него: «Надо же, а я тебя сначала не узнал. Ты так изменился...»*
3. *Как бы (что бы, где бы) ты хотел...*
- *КАК бы ты хотел жить на самом деле?*
 - *ГДЕ бы ты хотел побывать?*
 - *КАКИМ любимым делом ты хотел бы заниматься, имея свободное время и деньги?*
 - *ЧТО бы ты хотел сделать для своих детей?*
4. *Что изменится в твоей жизни, если...*
- *У тебя будет (к примеру) \$2000 ежемесячного дохода, и свободное время?*
 - *Ты сможешь запросто, в любой будний день (когда тебе захочется), посадить свою семью в собственную машину, и поехать в красивое место на барбекю? Не отпрашиваясь на работе и не экономя деньги на мясе?*
 - *Твой доход будет таким, что, случайно заглянув в фирменный магазин итальянской женской одежды и увидев в нем красивое, элегантное платье, ты сможешь запросто купить его, не боясь, что это «ударит» по семейному бюджету?*

Метод 2. «Возмущающие» вопросы

- *Неужели тебя на самом деле устраивает, как ты живешь сейчас?*
- *Неужели ты согласен с тем, чтобы проходили ГОДЫ, и все оставалось, как есть ?*

- Неужели ты хочешь продолжать до бесконечности ездить е переполненных маршрутках на нелюбимую, малооплачиваемую работу?
- Неужели тебя устраивает перспектива повкальвать еще 10-15 лет, а потом получать пенсию \$60-80 в месяц?

Метод 3. «Открывашка» для глаз

Посмотри, насколько интересной стала жизнь! В магазинах есть ВСЕ! Ездить можно, куда захочешь! На таких машинах, какие нравятся! Возможностей для качественного, интересного отдыха - МИЛЛИОН! Возможностей для ухода за своим здоровьем и красотой - МИЛЛИОН! Заниматься можно, чем угодно, никто тебе и слова не скажет (не то, что раньше)! И все это - доступно для любого человека, были бы только деньги! Надо просто действовать! Надо просто открыть глаза навстречу возможности!

Метод 4. «Зажигание»

Что же ты? Проснись! Ведь ты же способный, интересный, целеустремленный человек! Вспомни, как ты за полтора года сам, без учителя, освоил английский язык! Вспомни, как ты занимал призовые места на музыкальных конкурсах (занимаясь при этом меньше времени, чем другие)! Ты же можешь! Ты способен на многое! Ты заслуживаешь ЛУЧШЕЙ жизни!

Метод 5. Включение воображения (рисование картинок счастья)

- Представь себе, что вы с мужем в Таиланде. Вы только что вернулись в отель с живописной экскурсии в жемчужную гавань, и сейчас отдыхаете в удобных шезлонгах, попивая экзотические коктейли около бассейна, прямо возле своего номера; в ста метрах от вас - океан, красивейший берег с белоснежным песком и множеством пальм... теплый вечер... вы лежите, наслаждаясь ароматом тропического воздуха, и, улыбаясь, вспоминаете, как еще совсем недавно вам приходилось большую часть времени заниматься решением множества нудных и мелких материальных проблем. Вы улыбаетесь, потому что знаете, что у вас все здорово; что с каждым годом ваша жизнь становится лучше, и все это потому, что всего пару лет назад вы сказали себе «Хватит! Я хочу жить, а не существовать!» и не побоялись открыться навстречу новой возможности!

Что ты будешь чувствовать тогда?!

- Представь себе, что твои дети получают **ПРЕСТИЖНОЕ** высшее образование. Не в том ВУЗе, на который хватает денег, а в том, который на самом деле позволяет им получить интересную, хорошо оплачиваемую специальность! Представь, что они становятся уважаемыми, обеспеченными людьми, любящими дело, которым занимаются; что им не приходится испытать все трудности, через которые прошла (прошел) ты! Они живут наполненной жизнью в своей собственной, просторной и хорошо обставленной квартире (не «мыкаясь» по страшненьким съемным "хрущевкам". Они избавлены от рутины, которая является уделом большинства тех, кто получает образование ради «корочки». Ты гордишься ими и собой, а они благодарны тебе! И вот, твой день рождения... твои дети поднимают за тебя тост, и от всего сердца благодарят тебя, ведь ты сделал для них то, чего очень, очень многие люди для своих детей- сделать не смогли...

Что ты будешь чувствовать тогда?!

Метод 6. Пример собственного желания (монолог от лица новичка)

Знаешь, я ведь, как и ты, не особо «в масле катаюсь»! Наши проблемы и трудности во многом схожи. Но я не согласен с ними мириться! Знаешь, в какой-то момент я сказал себе: «Хватит! Надо что-то менять! Надо что-то делать!» Я осознал, что меня **НЕ УСТРАИВАЕТ** то, как я живу!

Я понял, что хочу быть финансово свободным! Хочу иметь собственную квартиру! Машину! Я хочу **ПО-НАСТОЯЩЕМУ** помочь своим детям! Быть сильной, уважаемой личностью! Реализовать свой потенциал! Наконец, Я **ХОЧУ УВИДЕТЬ МИР!!!!**

Когда я это осознал - я начал искать возможность и нашел ее! Теперь это не только моя возможность - но и твоя!

Давай **ВМЕСТЕ** менять нашу жизнь, ведь если мы этого не сделаем, то возможно, все останется как есть, **НАВСЕГДА!** Давай вместе, прямо сейчас, начнем делать то, что поможет нам вырваться из нашего замкнутого круга, пока он окончательно не задушил в нас наши желания и мечты!

Ну вот, мы с вами вкратце познакомились с методами пробуждения желаний. Каждый из описанных методов - работает. Однако, есть один немаловажный нюанс. Методы пробуждения желаний не всегда приносят результат «с первого захода». Скажите, вам нравится, когда вас будят? Скорей всего, нет. Так вот, сладко спящие желания людей (которым мы рассказываем

о бизнесе M-L-M) иногда тоже не очень-то хотят просыпаться. Поэтому на вашу первую попытку разбудить в человеке желания он может ответить очередной отговоркой. Иногда и на вторую тоже. Но с третьего раза, как правило, все получается. Главное здесь - не поддаваться на «провокацию». Главное - не ввязываться в бесполезный спор. **ОТГОВОРКИ НУЖНО ИГНОРИРОВАТЬ.** Когда вы занимаетесь пробуждением желаний бейте «в одну точку». Человек возражает отговоркой, а вы направляйте его внимание на желания; он вам снова отговорку - вы снова переводите тему разговора на его желания. Необходимо проявить немного терпения и настойчивости, и вы получите желаемый результат. Выражается он, как правило, в том, что человек задумывается, становится серьезен, даже как будто немного уходит в себя. Он перестает иронизировать, в его глазах появляется интерес.

Все это означает, что *мы* успешно реализовали второй шаг. Человек начал вспоминать свои желания. Значит - отговорка превратилась в скрытый вопрос, и мы с вами можем переходить к третьему шагу.

ШАГ 3. «Озвучьте» скрытый вопрос



Еще раз хочу обратить ваше внимание на то, что переходить к третьему шагу необходимо в двух случаях:

А) Если человек возражает в форме скрытого вопроса (мы видим, что за его возражением присутствует интерес к теме разговора);

Б) Если, заметив, что человек возражает в форме отговорки, мы несколько «встряхнули» его желания (используя методы второго шага), и тем самым трансформировали его отговорку в скрытый вопрос.

Итак, «озвучиваем» скрытый вопрос.

Если, возражая нам, человек сказал: «У меня нет времени», мы спрашиваем его: «Как я понял, тебя интересует, сможешь ли ты добиться в этом бизнесе хороших результатов, если у тебя сейчас не очень много свободного времени?»

Если возражением человека было «Уже поздно этим заниматься», мы говорим: «Тебя интересует, могут ли РЕАЛЬНО добиваться успеха в этом бизнесе те, кто начинают СЕГОДНЯ?»

Столкнувшись с возражением «Здесь нужно иметь большой круг знакомых», вы спрашиваете человека: «Ты хотел бы знать, сможешь ли ты выйти на значительный уровень дохода, если стартуешь, не имея широкого круга знакомых?» И так далее.

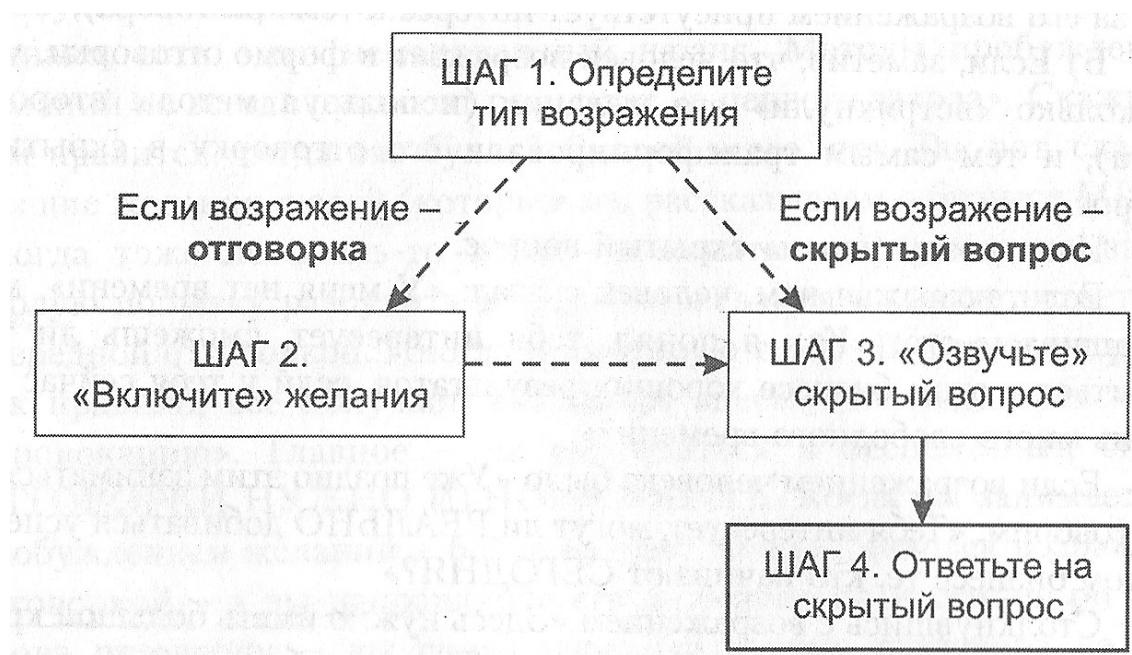
Очень важный нюанс: озвучив вопрос, стоящий за возражением человека, обязательно получите подтверждение. Спросив его «Ты хотел бы знать?», сделайте паузу. Позвольте собеседнику сказать «Да». Только тогда цель данного шага можно считать реализованной.

Думаю, алгоритм третьего шага ясен. Добавлю, что в следующей главе (Правильный ответ) мы увидим, какие вопросы скрываются буквально за всеми возражениями, с какими вы только можете встретиться, занимаясь сетевым бизнесом.

Что ж, мы с вами успешно прошли три шага из четырех:

- 1) Определили тип возражения.
 - 2) Встретившись с отговоркой - перевели ее в скрытый вопрос (поработав с желаниями человека).
 - 3) Озвучили скрытый вопрос.
- Остался последний шаг.

ШАГ 4. Ответьте на вопрос, скрывающийся за возражением



Тому, как эффектно, четко и точно отвечать на все основные возражения, в этой книге посвящена отдельная глава, ведь умение грамотно отвечать на возражения является пятой, последней составляющей **МАСТЕРСТВА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ**.

ГЛАВА 2. ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ

Когда-то, еще начиная создавать бизнес, я заметил, что возражения, с которыми приходится сталкиваться человеку, занимающемуся рекрутированием, повторяются. Я увидел, что люди возражают почти одними и теми же словами. Естественно, я стал искать литературу, в которой описывается, как можно наиболее грамотно работать с этими возражениями. Однако оказалось, что книг, в которых приводились бы четкие, эффектные ответы на список стандартных возражений, просто не существует. Пришлось разрабатывать эти ответы самому.

Через год я напечатал для своей группы брошюру «Как пройти путь от возражения к согласию» (которую вскоре начали тиражировать по всему СНГ). Эта брошюра стала, как сейчас модно говорить, настольной книгой огромного количества людей. Несмотря на это, в ней был один недостаток. Она учила, что говорить, но не учила **ПОНИМАТЬ**. Не раз мне приходилось видеть, как человек, работая с возражениями своего знакомого, отвечает выученными на память фразами (из моей брошюры), и в то же время сам не верит в свои слова.

Поэтому в данной книге, в данной главе, кроме описания ответов на возражения, я решил уделить особое внимание комментариям. Цель комментариев заключается в том, чтобы человек, использующий эту книгу как практическое пособие, не только научился эффектно отвечать на возражения, но и **САМ** глубоко осознал, **почему каждое из описанных возражений несостоятельно**. Только тогда наши с вами партнеры смогут не только давать красивые ответы на возражения своих кандидатов, но и чувствовать себя при этом достаточно уверенно. В этом случае эффективность их действий будет значительно выше, ведь наша уверенность в том, что мы говорим, иногда играет большую роль, нежели сами слова.

Итак, займемся работой с возражениями.

ВОЗРАЖЕНИЕ 1. «У МЕНЯ НЕТ ВРЕМЕНИ» ИЛИ «Я НЕ МОГУ ЗАНИМАТЬСЯ ЭТИМ БИЗНЕСОМ, ТАК КАК МНЕ НАДО ЗАРАБАТЫВАТЬ СЕЙЧАС»

Скрытый вопрос. Имеет ли мне смысл начинать заниматься этим бизнесом, если сейчас у меня не очень много свободного времени?

Ответ. Имеет. Знаете, в этом бизнесе действительно можно добиться значительных результатов, даже если поначалу уделять ему всего несколько часов в день. Даже имея только пару часов свободного времени, мы с вами сможем проводить по одной бизнес - встрече в день, в результате очень скоро у вас появится группа из трех-пяти человек. Очень возможно, что у этих людей будет три, пять, и даже восемь часов свободного времени. Обратите внимание на то, что ИХ свободное время будет также работать и НА ВАС

Вместе с ними мы будем создавать организацию (они будут приглашать в бизнес своих знакомых), и товарооборот этой организации начнет приносить вам доход. Вот тогда вы сможете определиться, стоит ли уделять этому делу больше времени. И знаете, что? Я уверен, что, когда вы **на себе** почувствуете возможности этого бизнеса, когда вы получите реальный результат, у вас **НАЙДЕТСЯ** больше времени.

Комментарии. У многих людей нет свободного времени. До самой пенсии. И когда оно появляется часто это не приносит особой радости. Потому что когда появляется эта самая масса свободного времени - нет финансовых возможностей проводить его с удовольствием. Грустная правда заключается в том, что многие люди сейчас уверенно движутся именно в этом направлении. Они движутся «прямоком» к необеспеченной старости. Каждый день они делают только то, что позволит им кое-как прожить, текущий; день и текущий месяц. Они не делают того, что обеспечит качество их жизни в будущем. Все это напоминает человека, у которого оторвались пуговицы на штанах, и он ходит, постоянно поддерживая штаны руками. Он не пришивает новые пуговицы, ведь руки заняты - надо поддерживать штаны. В конце концов, штаны изнашиваются... и он остается в одном нижнем белье.

Вывод один: если мы не хотим в итоге остаться без штанов, **НАДО НАЙТИ ВРЕМЯ.**

Примечание 1. Говоря о будущем, я имею в виду не только отдаленное, но и ближайшее будущее, так как человек занимающийся бизнесом MLM со **СРЕДНЕЙ** интенсивностью, начинает ощущать изменения в своей жизни уже через полгода - год.

Примечание 2. Большинство людей, озвучивающих данное возражение, на самом деле имеют больше свободного времени, чем говорят. Просто они не хотят направлять его на создание бизнеса. Помогите им вспомнить их желания, и у них сразу найдется время.

ВОЗРАЖЕНИЕ 2. «У МЕНЯ БЕДНЫЙ КРУГ ЗНАКОМЫХ ОНИ НЕ СМОГУТ ПОКУПАТЬ ВАШУ ПРОДУКЦИЮ»

Скрытый вопрос. Смогу ли я добиться успеха в этом бизнесе, если мой непосредственный круг знакомых обладает невысокой покупательской способностью?

Ответ. Да, сможете. Во-первых, у вас **В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ** появятся свои клиенты. Среди наших консультантов довольно много людей с небогатым кругом общения. Таких же, как вы, **И** у всех, у кого раньше, у кого позже, но **У ВСЕХ** появляются клиенты (здесь имеет смысл привести несколько реальных примеров).

Во-вторых, если ваши знакомые находятся в сложном материальном положении - давайте им поможем! Вы только подумайте, ведь мы можем дать им возможность улучшить качество жизни! А у них, согласитесь, уже другие круги общения. Вполне возможно, клиентов у них будет больше чем у вас. Далее, ситуация складывается следующим образом: мы с вами помогаем вашим знакомым строить бизнес. У них появляются группы. Группы делают товарооборот, и от всего этого товарооборота компания начисляет вам доход.

Комментарии. В компании, с которой я сотрудничаю, на данный момент (осень 2008 года) только на территории Украины около двух тысяч человек имеют доход от 800 до 20000 (!) долларов в месяц. И знаете, что? Больше чем у половины из них, когда они начинали, был бедный круг знакомых.

Я думаю, здесь больше нечего добавить.

ВОЗРАЖЕНИЕ 3. «У МЕНЯ БОГАТЫЙ КРУГ ЗНАКОМЫХ, ОНИ НЕ БУДУТ ПОКУПАТЬ ВАШУ ПРОДУКЦИЮ» (ОНА ДЛЯ НИХ НЕ ПРЕСТИЖНАЯ)

Комментарии. Столкнувшись с данным возражением, не пытайтесь человека переубедить, так как это возражение - чистой воды отговорка. Человек, у которого **ВСЕ** знакомые богатые - **САМ БОГАТЫЙ**. Это - правило, исключений из которого практически не существует. От кого вы слышали данное возражение? Если этот человек не является по-настоящему

состоятельным (а он таковым не является, иначе зачем бы вы ему предлагали бизнес?), это означает одно: то, что он сказал не соответствует действительности. Только не вздумайте уличать его в обмане (или в «фантазировании»). Он может обидеться.

Поработайте с его желаниями (по предложенным в данной книге техникам), и вы увидите, что заявление человека относительно богатого круга знакомых было несколько преувеличенным.

И еще. Компания, с которой я сотрудничаю, производит довольно недорогую (но качественную!) продукцию, и несмотря на это и у меня, и у моих партнеров по бизнесу есть немалое количество клиентов, являющихся довольно состоятельными людьми. Так что должен вам сказать с полной уверенностью, что богатые люди не всегда являются жертвами «брендов повышенного уровня престижности». Они ТОЖЕ иногда покупают недорогую продукцию.

ВОЗРАЖЕНИЕ 4. «Я НЕ УМЕЮ ПРОДАВАТЬ»

Скрытый вопрос. Необходимо ли для того, чтобы добиться в этом бизнесе хороших результатов, иметь какие-то особенные способности к торговле?

Ответ. Нет, для успеха в этом бизнесе особых способностей к торговле иметь не нужно. Достаточно тех, которые у вас уже есть. Скажите, вы кино смотрите? Книги читаете? По магазинам ходите? А когда вам понравилась книга или фильм, вы делитесь этим со своими друзьями? Когда находите магазин, в котором продают качественные продукты, вы рассказываете об этом знакомым? Это и есть продажа. Всю жизнь, рассказывая своим знакомым о понравившихся вам книгах, фильмах, продуктах, и вообще о чем угодно вы продавали чей-то товар. Только раньше вам за это не платили деньги. Теперь - будут.

Пользуйтесь продуктами компании и получайте от этого удовольствие. Рассказывайте об этом тем, кого вы знаете, и у вас будут появляться клиенты. Рассказывайте вашим знакомым о том, какое удовольствие от продуктов компании получают ваши близкие - и у вас будут появляться клиенты.

Обратите внимание на то, что в ассортименте компании есть продукты, способные заинтересовать и женщин, и мужчин, и даже детей -это значительно облегчает работу с клиентами! Обратите внимание, какой качественный каталог выпускает компания? Он настолько привлекает внимание, что в какой-то степени САМ продает продукцию.

Безусловно, вам желательно приобрести некоторые знания о продукции компании, но не думаю, что это является проблемой: достаточно пройти несколько занятий в офисе компании.

И наконец, главное. В бизнесе MLM не надо много продавать. Для того, чтобы выйти в этом бизнесе на серьезный уровень доходов, достаточно научиться делать \$100, максимум \$150 личного товарооборота в месяц

Итак, как вы видите, для того, чтобы преуспеть в этом бизнесе, никаких особых способностей к торговле иметь не надо.

Комментарии. Знаете, почему люди на самом деле говорят: «Я не умею продавать»? Они догадываются о том, что занявшись этим, им так или иначе придется иногда сталкиваться с возражениями. А не хочется. Поэтому делайте акцент на желаниях человека, которые он сможет осуществить, взявшись за это дело. Если его желания будут достаточно сильны - он переступит через страх встречи с возражениями. И станет вашим партнером.

ВОЗРАЖЕНИЕ 5. «У НАС ВСЕ БЕДНЫЕ В СТРАНЕ, НИКТО НЕ БУДЕТ ПОКУПАТЬ ПРОДУКЦИЮ»

Скрытый вопрос. Можно ли найти достаточное количество покупателей для построения успешного бизнеса в условиях нашего «небогатого» государства?

Ответ. Для начала взгляните на информационный лист. Посмотрите, какие заказы делают в среднем наши консультанты, а я вам расскажу, откуда они берутся (показываю распечатку, если считаете это рациональным).

Теперь давайте реально рассмотрим ситуацию в нашей стране. Около 15% населения составляют люди с достатком выше среднего и богатые. 10-15% - люди с достатком ниже среднего и бедные (слово неприятное, но будем называть вещи своими именами). 70% населения имеют средний достаток (плюс, минус). Конечно же, средний достаток на Украине весьма отличается от среднего достатка жителей стран Центральной Европы. В силу этого отличия, консультанты нашей компании в развитых странах делают \$200-400 личного товарооборота в месяц. На Украине же консультанты продают в среднем на \$50-80 в месяц. Итак, кто же наши клиенты на Украине (и сколько их)?

Исходя из того, сколько стоит наша продукция, наши клиенты - это люди с достатком выше среднего, а также все те, кто относятся к категории среднего достатка, то есть 70-75% населения. Как видите, клиентов вполне достаточно.

Теперь давайте посмотрим, какой бизнес можно построить, учитывая, что в среднем консультант способен делать \$70 личного товарооборота в месяц.

20 человек в вашей группе - ваш доход будет составлять приблизительно \$100-140 в месяц.

40 человек в вашей группе - ваш доход будет около \$200-270. И так далее.

Для Италии или Великобритании это маловато, но для нас - довольно неплохо (особенно если считать, что, во-первых - это **доход**, а не зарплата, и во-вторых - это только начало бизнеса).

Комментарии. Касаясь этой темы, нельзя не упомянуть о достаточно приятных изменениях, происшедших за последние 10 лет.

Уже десять лет назад значительное число людей в странах СНГ добивалось прекрасных результатов в бизнесе MLM. С тех пор покупательная способность населения значительно повысилась. Спросите любого сетевика, занимающегося построением бизнеса еще с тех времен, и он скажет вам, что средний товарооборот консультанта заметно вырос. Это явно говорит о том, что качество жизни нашего населения улучшается, а значит, условия для построения бизнеса с каждым годом становятся все более благоприятными. Кстати, если кто-то сетует на высокую инфляцию, можете с полной уверенностью сказать этому человеку следующее: за последние 10 лет продукты, выпускаемые и распространяемые MLM-компаниями, подорожали **МЕНЬШЕ, ЧЕМ ЧТО БЫ ТО НИ БЫЛО**. Меньше, чем хлеб, мясо, молоко, овощи, автомобили, бензин и недвижимость. Это также является большим козырем для человека, начинающего создавать бизнес сейчас.

ВОЗРАЖЕНИЕ 6. «ЗДЕСЬ НУЖНО ИМЕТЬ БОЛЬШОЙ КРУГ ЗНАКОМЫХ»

Скрытый вопрос. Можно ли добиться успеха в этом бизнесе, имея небольшой круг знакомых? *Ответ.* Да, можно.

Даже, если поначалу у вас появится всего лишь три-четыре партнера по бизнесу - мы начнем работать с ИХ кругом знакомых, и даже если у них тоже появится всего по три-четыре партнера - ваша группа будет состоять уже из 12-20 человек. А при правильной работе и обучении ваш доход от такой группы будет составлять от 50 до 140 долларов в месяц. И это будет только начало!

Комментарии. Все мы имеем гигантский круг знакомых. Просто относимся мы к этим знакомым, как к лампочке в парадном. Вот эта лампочка,

которая на кухне - это моя. А та, что в парадном - чужая. В моей жизни неоднократно случалось так, что мои «незнакомые» (с которыми я только «здрасьте - здрастье»), оказывались прекрасными, интереснейшими людьми, и узнавал я об этом исключительно благодаря нашему бизнесу (когда они становились моими партнерами).

Мы живем не в пустыне. Вокруг нас - МОРЕ замечательных людей, и со многими из них мы уже почти знакомы, достаточно сделать только шаг!

Есть множество примеров того, как люди добивались больших успехов в бизнесе MLM, создавая его в новом для себя городе. Не имея НИ ОДНОГО ЗНАКОМОГО. И так. Круг знакомых не играет решающей роли.

ВСЕ ЗАВИСИТ ОТ НАШЕГО СТРЕМЛЕНИЯ.

ВОЗРАЖЕНИЕ 7. «ЗДЕСЬ НУЖНО ИМЕТЬ КРАСНОРЕЧИЕ»

Ответ. Не обязательно. В нашем бизнесе в первую очередь необходимо иметь знания. Необходимо знать, ЧТО сказать и КОГДА сказать. Как вы считаете, необходимо ли учителю математики красноречие, чтобы объяснить ученикам, как высчитать интеграл? Даже смешно, верно?

В бизнесе MLM вы учитесь тому, что и как необходимо делать для продвижения по карьерной лестнице компании, а затем учите своих партнеров тому, что уже умеете сами. И все! А что же красноречие? Да, оно со временем появляется. Сначала появляется доход - а потом красноречие (автоматически, так сказать). И дальше они растут вместе, помогая друг другу.

Комментарии. Хочу поделиться с вами любимым примером на эту тему.

В одном из небольших городков на юге Украины живет родная сестра моей матери, Галина. Когда-то, заинтересовавшись делом, которым я занимаюсь, она и ее муж Василий решили присоединиться. Поначалу она занималась построением организации практически сама, муж только помогал ей. Василию бизнес MLM очень понравился, однако у него было серьезное сомнение: он считал, что не умеет красиво и убедительно говорить. Должен сказать, что его сомнение было не безосновательным. Будучи глубоким и интересным человеком, Василий не всегда мог четко и ясно объяснить другим людям то, что понимает и чувствует сам. Однако через некоторое время Василий настолько «загорелся», что решил махнуть рукой на свое сомнение и взяться за дело серьезно. Он зарегистрировался «под Галиной» и начал создавать бизнес самостоятельно. К моему удивлению (и радости) уже через два месяца его группа состояла более чем из 30 человек. Получилось так, что

его энтузиазм и сила желания изменить свою жизнь притягивали людей больше, чем красивые слова.

И вот, прошло некоторое время, я приехал к Галине и Василию в гости. Пообедав, мы стояли около крыльца (у Галины с Василием собственный дом), получая удовольствие от общения и любуясь прекрасным сентябрьским днем. Разговаривая с Василием, я заметил, что он как будто светится изнутри какой-то «лукавой» радостью. Я говорю: «Ну давай, делись, что там у тебя!» «Я вчера, - говорит Василий, - рассказывал о возможностях бизнеса директору нашей школы. Предлагал ему присоединиться» (директор школы - человек с двумя высшими образованиями). «Ну и что?» - спрашиваю я. «Он отказался». «А чего ты так радуешься?» И тут Василий, сияя, словно начищенный золотой червонец, говорит «А знаешь, что он сказал мне? Он сказал: «Не-е-ет, у меня не получится! Это тебе хорошо, ты так красиво говорить умеешь!»

Чудеса? Нет. Это - бизнес MLM!

Вывод простой: для того, чтобы добиться успеха в бизнесе MLM, не обязательно быть хорошим оратором, но к тому, кто серьезно занимается этим бизнесом, непременно приходит умение излагать свои мысли четко, красиво, убедительно и доступным языком. Так сказать, в качестве дополнительного бонуса.

ВОЗРАЖЕНИЕ 8. «ЗДЕСЬ НУЖНО БЫТЬ УВЕРЕННЫМ В СЕБЕ».

Ответ. Уверенность в себе в любом деле, каким бы вы ни занялись, - приходит с опытом, знаниями, и результатом. Когда вы точно знаете что и когда необходимо делать, - ваша уверенность в себе значительно повышается. Когда вы чувствуете, что ваши слова подтверждены реальными результатами, - вы становитесь уверенным человеком.

Также и в нашем бизнесе. По мере того, как вы будете наращивать профессионализм, по мере того, как будут расти ваши результаты, будет расти и ваша уверенность в себе.

Каждый ваш новый клиент, каждый новый партнер в вашей группе будет приносить вам маленький «кусочек» уверенности. Пройдет немного времени, вы начнете консультировать своих партнеров по бизнесу, они станут благодарить вас за помощь и поддержку (не только словами, но и результатами), и это также будет благотворно влиять на ваше чувство уверенности.

Каждый раз, когда вы будете чувствовать, что качество вашей жизни благодаря этому бизнесу стало немножко выше - вы будете становиться более уверенным в себе человеком. Каждый раз, когда вы будете позволять себе и

своим близким то, в чем раньше отказывали; когда вы будете видеть, что ваш доход становится еще немного больше, затем еще немного больше - с каждой сотней долларов вы будете становиться все более уверенным в себе человеком.

Для того, чтобы добиться успеха в бизнесе MLM, не обязательно уже на самом старте быть уверенным в себе человеком. Однако создавая этот бизнес, вы им станете, так как уверенность (как и красноречие) - дополнительный бонус сетевого бизнеса.

ВОЗРАЖЕНИЕ 9. «ЗДЕСЬ НУЖНО БЫТЬ ОБЩИТЕЛЬНЫМ, КОММУНИКАБЕЛЬНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ»

Ответ. Люди бывают более или менее общительными не только в силу своей индивидуальности, но также в зависимости от того, чем они занимаются. Могу сказать вам только одно: занимаясь этим бизнесом, вы станете общительным человеком. Это произойдет незаметно и безболезненно.

Поначалу вы будете общаться со своими друзьями и знакомыми, затем общаться с их друзьями - и они, тоже будут становиться ВАШИМИ друзьями. Со всеми этими людьми вас будет сближать общее дело и общие цели. Все больше и больше общение с единомышленниками (равно, как и нахождение новых) будет доставлять вам удовольствие, и, постепенно вы станете более общительным человеком (и одновременно с этим - более обеспеченным).

Комментарии. Совершенно очевидным является то, что человек, не будучи особо общительным, МОЖЕТ создать успешный бизнес. Во-первых, потому, что постепенно увеличивая «дозу» общения, человек, сам того не замечая, становится более коммуникабельным.

Во-вторых даже совсем необщительный человек способен добиться хороших результатов, иногда почти не изменяясь. Звучит несколько парадоксально, однако это так. У меня есть друг, который создал организацию размером в несколько тысяч человек, будучи не просто малообщительным, а даже можно сказать, совершенно «скупым» на общение. Как он это сделал? Просто. Он выработал свой собственный стиль, который можно назвать «построение бизнеса без лишних разговоров». Проводя любую встречу, консультацию, либо занятие - он говорил ТОЛЬКО ТО, ЧТО НУЖНО СКАЗАТЬ. Мало, скупое, но по сути. Он не скрывал того, что необщителен, и делал дело так, как мог. Но делал на совесть. С полной отдачей. Потому что хотел изменить свою жизнь.

Вывод: общительный вы человек или необщительный, если вы будете делать правильные вещи, и делать их много раз - у вас все получится!

ВОЗРАЖЕНИЕ 10. «ЭТО ПИРАМИДА»

Скрытый вопрос. Не является ли бизнес MLM разновидностью мошеннического механизма, именуемого финансовой пирамидой (наподобие печально известного «МММ-инвест»)?

Ответ. Не является.

Во многих странах создание финансовой пирамиды является уголовным преступлением и преследуется законом, тогда как сетевой бизнес является легальным видом бизнеса.

Итак, в чем же различие? Давайте посмотрим. Есть два вида финансовых пирамид. Первый маскируется под кредитные союзы. У людей берут деньги, обещая «космические» проценты, выплачивать которые сколько-нибудь длительное время просто нереально. Такая организация собирает «сливки» и закрывается, оставляя своих вкладчиков ни с чем.

Второй вид финансовой пирамиды маскируется под бизнес MLM. Это - торговля воздухом. Хочешь быть богатым - дай сто долларов.

Приведи десять желающих легко заработать - получишь еще по тридцать долларов за каждый скаल्प. И так далее. Так просто! Нет постоянных клиентов. Не надо ничего продавать. Выглядит все это заманчиво, но долгосрочно не работает. Потому что никто не получает пользу. Потому, что нет реального товара.

А сетевой бизнес? Он является **способом продвижения продукта**. В этом бизнесе каждый человек получает определенный процент от суммы, на которую его организация (и он) продали товара. Продукты, распространяемые MLM-компаниями как правило, являются качественными и относятся к разряду необходимых. Поэтому компании, продвигающие свои товары по принципу MLM, существуют уже многие и многие десятилетия, неся при этом пользу великому множеству людей. Делая одних богаче, других - красивей, третьих - здоровее (а кого-то и здоровее, и красивей, и богаче одновременно)!

Таким образом, вы можете увидеть, что многоуровневый маркетинг (MLM) - это честный и легальный вид бизнеса, не имеющий с финансовыми пирамидами ничего общего, кроме пирамидальной формы.

Комментарии. К сведению ненавистников пирамиды хочу отметить, что любая организация, состоящая более, чем из двух человек, имеет пирамидальную форму. Поликлиника, супермаркет, армия, государство и,

кстати, церковь. Причина этого в том, что пирамидальная форма обеспечивает любой организации оптимальный уровень контроля и координации. Поэтому не стоит подвергать незаслуженным нападкам бедную геометрическую фигуру, как не стоит обижаться на стодолларовую купюру за то, что ее иногда подделывают.

ВОЗРАЖЕНИЕ 11. «ЭТО ЛОХОТРОН»

Скрытый вопрос. Не является ли бизнес MLM разновидностью мошеннического механизма, именуемого финансовой пирамидой (наподобие «MLM-инвест»)?

Ответ. Идентичен ответу на возражение «Это пирамида».

Комментарии. Данное возражение **по сути** ничем не отличается от возражения «Это пирамида». При этом оно сильно отличается **по форме**. Отличается повышенной степенью негативности и категоричности. И еще, в отличие от возражения «Это пирамида» (которое, как правило, возникает на почве некомпетентности и может являться скрытым вопросом), данное возражение - 100%-ая отговорка, поэтому не пытайтесь человека переубедить, он вас все равно не услышит. Столкнувшись с возражением «Это лохотрон», есть только один перспективный способ действий: надо немедленно переключить внимание на пробуждение в человеке желаний. Сказать ему: «Ну что ты делаешь?! Я же знаю, что ты многое в своей жизни хотел бы изменить! Я же знаю, что ты хотел бы больше зарабатывать! Хотел бы путешествовать с семьей! Ты же десять лет уже собираешься сделать в квартире евроремонт! Оставь свой ехидный тон! Прекрати критиковать вещи, в которых не разбираешься! Посмотри непредвзято на то, с чем я к тебе пришел, ведь я принес тебе возможность осуществить то, о чем ты давно мечтаешь!»

Необходимо «расторгнуть» человека, и лишь когда вы увидите в его глазах осмысленный интерес к теме разговора - можно (если это понадобится) объяснить, чем отличается MLM от финансовой пирамиды.

ВОЗРАЖЕНИЕ 12. «У МЕНЯ СОСЕДКА ЗАНИМАЛАСЬ ЭТИМ — У НЕЕ НЕ ПОЛУЧИЛОСЬ»

Скрытый вопрос. Почему у некоторых людей не получается расти в этом бизнесе? Означает ли их неудача то, что у меня тоже не получится?

Ответ. Есть три условия достижения успеха в нашем бизнесе:

- 1) Сильное желание улучшить свою жизнь;
- 2) Открытость новым знаниям;

3) Готовность действовать.

Успех приходит лишь в том случае, когда выполняются все три условия. Это означает, что в -нашем бизнесе НЕ могут добиться хороших результатов:

1) Люди, смирившиеся с существующим положением вещей либо недостаточно созревшие для перемен;

2) Те, кто закрыт для обучения (есть такие люди, типа «я уже все знаю»);

3) Лентяи.

Теперь вы знаете, почему некоторые люди не добиваются заметных результатов в бизнесе MLM. Исходя из вышесказанного, неудача вашей соседки вовсе не означает, что у вас тоже не получится. И вообще, скажите мне, что она ЕЩЕ не умеет? Быть может, она не умеет готовить. Возможно, она не смогла научиться играть ни на одном музыкальном инструменте. Не исключено, что у нее не получается поддерживать порядок в своей квартире. Значит ли все это, что вы теперь обязаны стать неряхой, плохой хозяйкой, плюс ко всему разучиться играть на скрипке?

ВОЗРАЖЕНИЕ 13. ПОЧЕМУ В ГАЗЕТАХ ПИШУТ: «СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ НЕ ПРЕДЛАГАТЬ?»

Ответ. Среди тех, кто занимается бизнесом MLM, встречаются разные люди. Есть и такие, кто не знаком с понятием «тактичность». Бывает так, что они звонят по объявлениям и в навязчивой, непрофессиональной форме пытаются «привлечь». Почему пишут «Сетевой маркетинг не предлагать»? Чтобы защитить себя от активных, но недостаточно профессиональных консультантов.

Комментарии. Как-то раз, ради эксперимента, мы (я и один из моих надежных партнеров по бизнесу) провели телефонный опрос: в течение нескольких дней по вечерам мы звонили людям, написавшим объявления с подобной припиской, задавая каждому из них один и тот же вопрос: «Что вы имеете против сетевого бизнеса?»

Результат получился достаточно интересный.

- 10% людей сказали, что они в это не верят;

- 80% людей сказали, что ничего не имеют против, просто в сетевом бизнесе деньги появляются не сразу, а им нужно зарабатывать сейчас;

- 10% людей сказали, что уже работают в сетевом бизнесе, хорошо к нему относятся, но пока они там «поднимаются», им нужен дополнительный заработок, чтобы продержаться еще некоторое время.

ВОЗРАЖЕНИЕ 14. «ЗДЕСЬ НУЖНО НАВЯЗЫВАТЬСЯ ЛЮДЯМ И УГОВАРИВАТЬ ИХ»

Скрытый вопрос. Могу ли я добиться хороших результатов в этом бизнесе, не теряя собственного достоинства?

Ответ. Вне всякого сомнения! Я вам скажу так: если вы хотите добиться хороших результатов в бизнесе MLM, то как раз навязываться людям и уговаривать их вам никак не стоит.

Суть нашей деятельности заключается в том, чтобы давать людям информацию о том, как они могут поднять уровень своей жизни (а также о том, какую пользу и удовольствие они получают, пользуясь продуктами компании). Наша задача - давать информацию и отвечать на вопросы. Делать это имеет смысл тактично и с чувством собственного достоинства - только в этом случае люди могут пойти за нами. Навязываясь же человеку и уговаривая можно разве что вызвать в нем раздражение и чувство внутреннего протеста.

Комментарии. Иногда люди считают, что для того, чтобы зарабатывать деньги в бизнесе MLM, необходимо стать «приставалой» и «попрошайкой». Это мнение в корне неверно, но причины его возникновения можно понять. Мысль о том, что в этом бизнесе надо «навязываться и уговаривать» приходит в голову тем, которых «привлекали» именно таким способом. Вот они и считают, что им (займись они бизнесом MLM) придется делать то же самое. Нам же с вами необходимо усвоить, что только профессиональный подход может привести нас к желанному результату, и заключается он в следующем:

НЕ УГОВАРИВАЙТЕ ЧЕЛОВЕКА ДЕЛАТЬ ТО, ЧТО НАДО ВАМ. НАЙДИТЕ КЛЮЧИК К ЕГО ЖЕЛАНИЯМ - И ОН САМ ЗАХОЧЕТ.

ВОЗРАЖЕНИЕ 15. «ЗДЕСЬ НУЖНО ХОДИТЬ ПО УЧРЕЖДЕНИЯМ ПРЕДЛАГАТЬ ПРОДУКЦИЮ»

Ответ. В бизнесе MLM есть немало способов продвижения товара. Каждый человек выбирает для себя такой стиль работы, который ему более всего подходит. При этом большинство людей все-таки работают со своими знакомыми.

А так как в нашем бизнесе для достижения успеха вовсе необязательно делать большой личный товарооборот, то чаще всего своего круга знакомых бывает вполне достаточно.

Комментарии. Да, я знаком с людьми, которые делают продажи, ходя по учреждениям и рынкам. Продвигая товары компании таким образом, они

делают большой личный товарооборот, неплохо зарабатывая на разнице между дистрибьюторской и потребительской ценой. Однако это не способствует развитию их бизнеса и росту **ДОХОДА**, так как для построения действительно успешного бизнеса необходимо основную часть времени и энергии направлять на другие вещи (рекрутирование, обучение, мотивация).

ВОЗРАЖЕНИЕ 16. «СКОРО БУДЕТ ПЕРЕНАСЫЩЕНИЕ РЫНКА ВАШЕЙ ПРОДУКЦИЕЙ»

Скрытый вопрос. Является ли продукция вашей компании надежным инструментом для построения долгосрочного бизнеса?

Ответ. Да! Наша продукция - идеальный инструмент для построения бизнеса. Перенасыщение ею рынка не может наступить в принципе, потому что, во-первых, продукция нашей компании - расхожая, то есть она заканчивается, а закончившись, нужна людям снова.

Во-вторых, наша продукция постоянно обновляется - каждый сезон (месяц, 20 дней) выходит новый каталог, добавляющий к ассортименту продукции 20-30% новых наименований.

В-третьих, каждый день какое-то количество девочек впервые начинает пользоваться косметикой и какое-то количество ребят первый раз бреется, то есть, наша «клиентская база» растет **ЕЖЕДНЕВНО**.

Примечание. Данный ответ вам необходимо немного «перекроить», откорректировав его в соответствии с особенностями продукта вашей компании.

ВОЗРАЖЕНИЕ 17. «ЭТО ОБМАН. НОРМАЛЬНЫЕ ФИРМЫ НЕ БЕРУТ ДЕНЬГИ С ТЕХ, КОГО НАНИМАЮТ НА РАБОТУ» (ИМЕЕТСЯ В ВИДУ ПЛАТА ЗА РЕГИСТРАЦИЮ И СТАРТОВЫЙ ПАКЕТ)

Дополнительный вопрос. Какие фирмы вы имеете в виду, приведите пример (в качестве примера человек приведет вам традиционные коммерческие организации, чьи сотрудники являются наемными работниками).

Ответ. Вы говорите о фирмах, нанимающих людей на работу. В таком случае деньги с человека действительно не берут. Однако мы не нанимаем вас. Мы предлагаем вам партнерство в бизнесе, предлагаем вам открыть свое дело. Представьте, что вы решили открыть собственный магазин. В этом случае вам, так или иначе, придется столкнуться с определенными (и немалыми) расходами. Арендовать помещение, сделать в нем ремонт, закупить необходимое оборудование, заполнить его товарами, нанять работников и т. д. В нашем же случае компания берет на себя **ВСЕ** основные расходы. Офис,

компьютеризация, доставка продукции, сервис, бухгалтерия и многое другое. Вашей задачей является исключительно организационная работа. А плата (надо сказать, совершенно мизерная) с вас берется за необходимые для вашей работы материалы (каталоги, справочники по продукции и бизнесу, пробники продукции и т. д.). Вы же не считаете, что компания еще и это должна предоставить вам бесплатно?

Комментарии. Данное возражение встречается на сегодняшний день довольно редко, так как в большинстве MLM-компаний (на территории СНГ) регистрационная плата столь низка, что не стоит того, чтобы о ней говорить.

ВОЗРАЖЕНИЕ 18. «МНЕ НЕ НРАВИТСЯ ПРОДУКЦИЯ ВАШЕЙ КОМПАНИИ» ИЛИ «МОИ ЗНАКОМЫЕ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ПРОДУКЦИЕЙ ВАШЕЙ КОМПАНИИ, ИМ НЕ ПОНРАВИЛОСЬ»

Скрытый вопрос. Означает ли это, что ваша продукция плохого качества?

Ответ. Ни в коем случае!

Продукция MLM-компаний фактически НЕ МОЖЕТ быть плохой. MLM-компании (в отличие от пирамид) создаются НАДОЛГО, а длительное существование на рынке возможно только в том случае, когда продукция высокого качества.

Что же касается негативных отзывов, существуют три причины, по которым они могут возникнуть.

1) Ваши знакомые (или вы) купили просроченную продукцию либо подделку. Для того чтобы избежать подобных казусов, продукцию сетевых фирм имеет смысл приобретать исключительно у консультантов, а не в магазинах (где она распространяется, как правило, нелегально), и уж ни в коем случае - на рынках.

2) Ваших знакомых (или вас) «обслужил» неопытный консультант. В этом случае могло случиться так, что им (вам) неправильно подобрали продукцию либо не дали рекомендации, необходимые для получения положительного результата.

3) Продукция не подошла в связи с индивидуальными особенностями организма (к примеру, банальная аллергия). Такое хоть и редко, но все-таки бывает.

Комментарии. К сожалению, человек склонен делать поспешные выводы. Столкнувшись всего один раз с продуктом, не понравившимся по одной из трех перечисленных причин человек может сделать вывод обо всем ассортименте продукции. Отсюда и негативные отзывы.

Что же делать нам? Все просто. Услышав негатив, необходимо разобраться в причинах его возникновения, объяснить их человеку и подобрать ему продукт, от которого он на самом деле получит удовольствие (либо пользу). Очень возможно, что в этом случае все закончится появлением у вас нового постоянного клиента.

ВОЗРАЖЕНИЕ 19. «ВЫ БУДЕТЕ ИМЕТЬ С МЕНЯ ДЕНЬГИ»

Ответ. Это не так. Да, я действительно заинтересован в вас; заинтересован в том, чтобы вы зарабатывали, и как можно больше. Но только я буду не иметь с вас, а **ВКЛАДЫВАТЬ**. Я буду вкладывать в вас свое время, силы, и знания, и лишь когда у вас дело «пойдет», фирма начнет благодарить меня, выплачивая процент от вашего товарооборота, но не из вашего кармана. И самое главное: карьерный план нашей компании - справедлив. Зарботок каждого человека рассчитывается исключительно в соответствии с **ЕГО ДОСТИЖЕНИЯМИ**, а это значит, что вы реально можете зарабатывать не только больше, чем я, но и больше, чем все те люди, что стоят надо мной.

Комментарии. Старая, известная история. Приходит к одному человеку фея, и говорит: «Тебе повезло. Я выполню любое твоё желание, проси меня о чем хочешь, но знай: о чем бы ты меня не попросил - твой сосед получит то же самое в двойном размере. Итак, чего же ты хочешь?» Человек долго думал, и в конце концов сказал: «Выколи мне глаз».

Как вы понимаете, данное возражение («Вы будете иметь с меня деньги») продиктовано не самыми лучшими чувствами и не самым «продвинутым» мировосприятием. Поэтому, если в процессе рекрутирования вы все же с ним столкнетесь - конечно же, постарайтесь объяснить человеку суть вопроса, но если он не поймет - не расстраивайтесь. Возможно, вам не нужен такой партнер.

ВОЗРАЖЕНИЕ 20. «ЭТО ТО ЖЕ САМОЕ, ЧТО И...» (далее следует название какой-либо сетевой фирмы, о которой человек слышал не самые лучшие отзывы)

Комментарии. Услышав это возражение, необходимо узнать, что именно человек имеет против упомянутой им фирмы, после чего показать ему отличия вашей фирмы от той, которая ему так не нравится.

Надо сказать, что чаще всего «нелюбовь» людей к конкретным сетевым компаниям является следствием некомпетентности либо полученной от кого-то

неверной информации («слышал звон, да не знаю, где он») Если это так - помогите человеку исправить его неправильное понимание. Главное - самому не стать жертвой этого самого «звона», и для этого необходимо для себя твердо уяснить, что БОЛЬШИНСТВО негативов о сетевых компаниях - это ЧЕПУХА. Почти все негативы об MLM-компаниях возникают в результате:

А) Неправильного пользования продукцией;

Б) Принятия на веру чужого умничанья;

В) Личных неудач на этом поприще (у человека не получилось построить успешный бизнес, и он старается свалить вину на компанию).

Важно понимать, что буквально ВСЕ сетевые компании (кроме маскирующихся под них финансовых пирамид) - КЛАССНЫЕ. А иначе и быть не может. Ведь если бы они выпускали плохие продукты - эти продукты не имели бы шансов на долгосрочный спрос, а если бы они не прикладывали все возможные усилия, помогая своим консультантам добиваться успеха - кто бы продвигал их продукцию?!

ВОЗРАЖЕНИЕ 21. «У НАС ЭКОНОМИЧЕСКИ НЕНАДЕЖНОЕ ГОСУДАРСТВО, ОНО ЗАДУШИТ ЛЮБУЮ ИНИЦИАТИВУ»

Скрытый вопрос. Имеет ли смысл в наших реальных условиях заниматься бизнесом MLM?

Ответ. Имеет, безусловно, и я объясню, почему.

Вы правы, наше государство пока что не слишком продвинулось на пути к «евростандарту», однако несмотря на это, кушать нам все равно нужно и одеваться тоже. Поэтому, так или иначе, что-то делать надо. Что ж, давайте вместе разберемся, какой вид деятельности имеет смысл выбрать из существующего на сегодняшний день «ассортимента».

Итак, какие сегодня есть возможности зарабатывать деньги?

1. Наемный труд.

Касаемо наемного труда, я думаю, и так все понятно. Государственные предприятия, как правило, платят копейки, которыми (в лучшем случае) можно оплатить коммунальные услуги. Работа на частных предприятиях дает чуть больше, но этого тоже в основном хватает лишь на удовлетворение первостепенных потребностей (если хватает). Можно, конечно, при определенном везении (либо имея полезные связи) устроиться несколько лучше, но этого устройства далеко не всегда хватает надолго.

2. Собственный бизнес (лотки, небольшие магазины, контейнера на рынках, и т. д.)

В начале 90-х годов такая деятельность приносила весьма неплохие дивиденды, но на данный момент степень выгодности «малого» бизнеса значительно уменьшилась. Конкуренция растет не по дням, а по часам; раскрутка требует времени и затрат, уровень инфляции соревнуется с ростом покупательной способности. В результате всего этого выйти на удовлетворительный уровень рентабельности достаточно непросто. Вот и выходит, что из всех, кто начинает разворачивать подобный вид деятельности - «выживает» около 10%. Добавлю, что для самого скромного старта в малом бизнесе надо иметь как минимум \$50 000 стартового капитала.

3. Франчайзинг.

Под этим понятием подразумевается покупка лицензии на открытие ресторана, магазина либо какого угодно другого коммерческого предприятия под известной на рынке торговой маркой (наиболее известный пример - Макдоналдс). Франчайзинг - удобный и прибыльный вид бизнеса. Есть только одна проблема: ко всем расходам по открытию бизнеса прибавляется оплата лицензии, стоимость которой может доходить до миллиона долларов (и больше). Многие ли располагают подобной суммой? И еще: вложенные деньги будут возвращаться в течение нескольких лет, то есть чистая прибыль пойдет далеко не сразу.

4. Проценты.

Возможность положить деньги на депозит или в один из появившихся сегодня кредитных союзов позволяет получать до 30% годовых. Неплохая идея. Однако для того, чтобы обеспечить своей семье качественный уровень жизни и получать хотя бы \$2000 в месяц, вам опять-таки понадобится сумма не менее \$100 000.

5. Шоу-бизнес.

Если у вас есть талант, есть возможность развить его в серьезный профессионализм и наличествуют связи, при помощи которых вы сможете «пробиться наверх», хорошим вариантом является шоу-бизнес. Добавим к перечисленным условиям приличную толику удачи - и есть шанс стать обеспеченным человеком.

6. Случай.

Можно заняться поисками клада, «целенаправленно» стремиться выиграть миллион в лотерею или жить надеждой на получение неожиданного наследства. Однако много ли шансов?

7. Бизнес MLM.

В этом бизнесе:

А) Не нужен стартовый капитал.

Б) Значительно меньшая конкуренция, нежели в традиционном бизнесе. В традиционном бизнесе рядом с вашим магазином могут построить еще один, побольше, снизить в нем цены и переманить ваших клиентов. Что же касается бизнеса MLM - он не имеет физических границ. В нем вы не привязаны к стенам вашего магазина. Ваши партнеры могут действовать в пределах чуть ли не всего земного шара.

В) На бизнесе MLM намного меньше сказываются экономические кризисы и спады, чем на традиционном бизнесе, так как, во-первых, вы не рискуете вложенными средствами, и во-вторых, нет необходимости делать большие личные обороты. В этом бизнесе мы создаем организацию, в которой каждый человек продает понемногу, что гарантирует стабильность оборотов (и доходов), ведь какой бы ни случился кризис, продать «по чуть-чуть», так или иначе, сможет каждый человек в нашей организации.

Ну вот, мы с вами рассмотрели список существующих на сегодняшний день возможностей заработка. Вопрос, какая из них является оптимальной для большинства людей? Похоже, бизнес MLM сегодня едва ли не единственный вид заработка, в котором почти полностью отсутствует зависимость от внешних условий, в котором **ВСЕ ЗАВИСИТ ОТ ВАС**.

Итак, как вы считаете, что лучше выбрать?

ВОЗРАЖЕНИЕ 22. «ЗДЕСЬ НУЖНО НАЧИНАТЬ ПЕРВЫМ, УЖЕ ПОЗДНО»

Скрытый вопрос. Могут ли РЕАЛЬНО добиться успеха в этом бизнесе те, кто начинают СЕГОДНЯ? *Ответ.* Могут!

Более того, человек, начинающий создавать бизнес сегодня, имеет весьма значительное преимущество перед тем, кто стартовал в 90-х годах XX века. В то время настоящих профессионалов бизнеса MLM (в странах СНГ) можно было сосчитать по пальцам. Книг на эту тему было всего несколько (и их не всегда легко было достать). Газеты и журналы, посвященные этому бизнесу,

были большой редкостью. Люди, начинающие тогда, создавали свой бизнес на голом энтузиазме. Учиться было не у кого.

К услугам же тех, кто начинает сегодня - целый БАНК знаний и проверенных на практике технологий. Это и множество книг, написанных мастерами этого бизнеса; и немалое количество газет и журналов; и, конечно же, регулярные занятия, которые проводят лидеры (чей профессиональный уровень сегодня качественно выше, нежели у их коллег в 90-х годах).

Нельзя не отметить, что за последние 10 лет покупательная способность населения значительно выросла, и как результат - вырос средний личный товароборот консультантов MLM-компаний.

Все это в сочетании с динамичным ростом людей, создающих бизнес сегодня, - означает одно: как 10 лет назад в этом бизнесе можно было РЕАЛЬНО добиваться замечательных успехов, так и сегодня это РЕАЛЬНО возможно!

Что же касается того, что «нужно начинать первым» - это может относиться исключительно к финансовым пирамидам, которые «торгуют воздухом» (и на сегодняшний день, слава богу, являются большой редкостью), но никак не к MLM-компаниям, производящим и реализующим качественный и востребованный продукт.

Примечание 1. Ответив на это возражение, желательно привести примеры людей, успешно поднимающихся по карьерной лестнице вашей компании СЕГОДНЯ.

Примечание 2. Возражая: «Здесь нужно начинать первым, уже поздно», человек нередко подразумевает также, что «Уже слишком много людей занимается этим бизнесом». Два этих возражения близки по смыслу и довольно часто следуют одно за другим. Поэтому, ответив на одно, вам, возможно, придется ответить и на второе (которое является следующим в нашем списке и идет под номером 23).

Комментарии. Данное возражение чаще всего является чистой воды отговоркой. Должен сказать, оно меня всегда забавляло. Подозреваю, что впервые оно прозвучало на следующий день после того, как этот бизнес «появился на свет».

ВОЗРАЖЕНИЕ 23. «УЖЕ СЛИШКОМ МНОГО ЛЮДЕЙ ЗАНИМАЕТСЯ ЭТИМ БИЗНЕСОМ»

Ответ. На поверхностный взгляд так может показаться. Но это не так. И я объясню, почему.

Во-первых, у нас (в странах СНГ) бизнес MLM появился в начале 90-х годов XX века. В США - лет на сорок раньше. В США, кстати, на сегодняшний день зарегистрировано несколько тысяч MLM-компаний. Вы себе представляете, сколько это консультантов?! И они продолжают развиваться! А в нашей стране? Скажите, сколько ваших знакомых занимается этим бизнесом? Не говорите «много». Сколько конкретно? Пять? Семь? А сколько людей вы ВСЕГО знаете? Двести? Триста? Как видите, у нас этот бизнес на сегодняшний день еще очень и очень молод.

Во-вторых, большинство людей, зарегистрированных в MLM-компаниях - малоактивны. Они НЕ ЯВЛЯЮТСЯ конкурентами для человека, решившего взяться за это дело всерьез. Можете идти и регистрировать их знакомых, так как сами они долго еще могут собираться.

И наконец, в-третьих. Сколько машин ездит по улицам? Не поздно ли вам покупать свою? Сколько людей ежегодно получают профессии преподавателей, инженеров, менеджеров, дизайнеров и юристов? Быть может, уже ВСЕ поздно начинать? Быть может, мы вообще опоздали куда бы то ни было? Нет, конечно же! Жизнь устроена таким образом, что для каждого человека, имеющего БОЛЬШОЕ желание добиться цели - всегда находится место и возможность, и это, безусловно, касается бизнеса MLM. Если вы ОЧЕНЬ хотите добиться в нем успеха - вы СДЕЛАЕТЕ это. Так было вчера, так есть сегодня и так будет завтра.

ВОЗРАЖЕНИЕ 24. «СКОРО ВСЕ БУДУТ ДИСТРИБЬЮТОРАМИ»

Скрытый вопрос. Является ли этот бизнес по-настоящему перспективным? Не разрастутся ли в ближайшем будущем дистрибьюторские сети до такой степени, что динамично увеличивать свой доход станет невозможно?

Ответ. Этот бизнес действительно является очень надежным и перспективным. Количество же консультантов перейти «предел» фактически не может, и я объясню, почему это так.

В самом деле, на первый взгляд может показаться, что через некоторое время все население земного шара должно стать дистрибьютерами MLM-компаний. При этом секрет заключается в том, что бизнес MLM стоит не только на математических законах. Во многом этот бизнес развивается по законам психологии, и именно поэтому не все люди добиваются в нем успеха.

К примеру, люди чрезмерно болтливые, так же, как и те, кто не умеет слушать, - в основном не добиваются здесь серьезных результатов. Люди,

кичащиеся своим жизненным опытом, и из-за этого несерьезно относящиеся к обучению, как правило, не могут в этом бизнесе даже стартовать. Та же участь ожидает тех, кто привык в жизни «плыть по течению», ну и конечно же, лентяев. Из всего этого вы можете увидеть, что сеть консультантов растет, как правило, не так быстро, как это может показаться на первый взгляд.

Итак, за счет чего же возможно бесконечное (по крайней мере, исключительно долгосрочное), развитие нашего бизнеса? Кроме уже сказанного, за счет постоянного притока свежих сил. Ради любопытства вы можете навести справки, сколько человек каждый год поступают на первый курс во всевозможные учебные заведения. Это - колоссальное количество. Все эти люди нуждаются в заработке. Они - наши потенциальные партнеры. Далее. Каждый день кто-то теряет то, что имел вчера, например, высокооплачиваемую работу. Для них бизнес MLM - шанс восстановить (и увеличить) свой финансовый «баланс». Также нашими партнерами становятся люди, которые уже пробовали создавать бизнес, но с первого раза у них не вышло.

Кроме этого наши «кандидаты» - это те, кто относился к бизнесу MLM негативно только потому, что до этого им не встретился человек, который смог бы убедительно показать, каким НА САМОМ ДЕЛЕ является этот бизнес.

Этот список можно было бы продолжать и продолжать, однако я думаю, что изложенных фактов вполне достаточно для того, чтобы увидеть: «армия» людей, способных заинтересоваться бизнесом MLM, обновляется ПОСТОЯННО, а значит - этот бизнес действительно является долговечным и заслуживающим того, чтобы заняться им всерьез и надолго.

ВОЗРАЖЕНИЕ 25. «МНЕ ЭТО НЕ ПОДХОДИТ. МНЕ НУЖНО ТАК: СКАЖИ, ЧТО КОНКРЕТНО ДЕЛАТЬ И ЧТО Я С ЭТОГО БУДУ ИМЕТЬ»

Ответ. Объясняю. В первую очередь вы составляете список всех ваших знакомых. Этот список делится на две части: на потенциальных клиентов и потенциальных партнеров по бизнесу.

Далее. Вы проходите занятия по работе с клиентами и по приглашению в бизнес. Первый этап вашей работы заключается в следующем: при поддержке спонсора вы начинаете прорабатывать составленный вами список знакомых. С потенциальными клиентами вы общаетесь на тему продукции компании, потенциальным партнерам рассказываете о возможностях бизнеса (либо приглашаете их на встречу со спонсором, и тогда это делает он). Кто-то из вашего списка говорит вам «Нет», кто-то - «Да», в результате у вас постепенно появляются клиенты и партнеры по бизнесу.

На втором этапе вы снова проходите обучение, и, также при поддержке спонсора, начинаете передавать накопленный опыт своим партнерам по бизнесу, обучая их тому, чему успели научиться сами.

Это все, что нужно делать. Теперь о том, что конкретно вы будете с этого иметь. Деньги у нас выплачивают от товарооборота, а не от количества людей, при этом у нас есть отработанная методика и проверенная статистика. Если вы будете действовать по отработанной технологии, я могу сказать, какой у вас будет доход в зависимости от количества людей в вашей группе.

При группе 8-12 человек ваш доход будет составлять \$60-90 в месяц;
20-30 человек - доход \$100-130; 40-50 человек - доход \$200-250;
60-80 человек - доход \$300-360; 100-150 человек - доход \$700 и более.

Обращаю ваше внимание на то, что говоря о группе из ста человек я вовсе не имею в виду, что всех их должны привести в бизнес именно вы. В данном случае имеется в виду группа, созданная вами, вашими партнерами, и партнерами ваших партнеров.

Примечание. Указанные цифры соответствуют маркетинг-плану MLM-компании, с которой сотрудничаю я. Вам же имеет смысл (возможно, при поддержке спонсора) произвести собственные расчеты, соответствующие бизнес-плану вашей компании.

ВОЗРАЖЕНИЕ 26. «Я НЕ ХОЧУ ЗАНИМАТЬСЯ ЭТИМ БИЗНЕСОМ» ИЛИ «МНЕ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСНО»

Скрытый вопрос. Смогу ли я получать удовольствие от самого процесса, занимаясь этим бизнесом?

Комментарии. Безусловно, занимаясь построением бизнеса, вы **СМОЖЕТЕ** получать удовольствие!

Бизнес MLM чем-то похож на айсберг. В нем точно также на виду находится небольшая часть, главное же можно увидеть, лишь нырнув «на глубину». Этот бизнес столь многогранен, что буквально каждый человек может найти в нем свою собственную «изюминку». Именно этим объясняется тот факт, что в сетевом бизнесе добиваются прекрасных результатов столь разные люди.

Человек «с преподавательским уклоном» получает удовольствие от передачи другим людям знаний. Причем знаний отнюдь не научно-теоретических, а самых что ни на есть практических и крайне нужных.

Творческие личности реализуют себя, подготавливая яркие, интересные мероприятия, выпуская собственные газеты (для своей же группы), создавая авторские системы и технологии.

Ценители интересного общения могут наслаждаться возможностью контактировать с интересными, позитивными, стремящимися к успеху людьми.

Любители выступать перед публикой имеют возможность блистать со сцены, выступая на семинарах, которые проводятся в этом бизнесе регулярно.

Приверженцев альтруизма вдохновляет то, что здесь они могут помочь множеству людей улучшить их жизнь.

Женщины (в особенности в косметических компаниях) вообще попадают в родную стихию: возможность приобрести навыки визажиста, проводить мастер-классы - это то, от чего наша прекрасная половина может получать массу удовольствий.

Что еще? Представители медицины проявляют себя тем, что лечат своих партнеров по бизнесу от бедности.

Описание красот «подводной части» бизнеса MLM можно было бы продолжать очень долго, но зачем? Прочувствуйте это на своем собственном опыте!

ВОЗРАЖЕНИЕ 27. «ЭТО НЕ МОЕ. МНЕ ЭТО НЕ ПОДХОДИТ»

Комментарии. Спросите у человека, ЧТО ИМЕННО ему не подходит, и, скорее всего вы услышите одно из «пройденных» возражений:

Возражение 1. «У меня нет времени» или «Я не смогу заниматься этим бизнесом, так как мне надо сейчас зарабатывать». **Возражение 10.** «Это пирамида».

Возражение 14. «Здесь нужно навязываться людям и уговаривать их».

Возражение 15. «Здесь нужно ходить по учреждениям и предлагать продукцию».

Возражение 20. Это то же самое, что и... (название какой-либо сетевой фирмы, о которой человек слышал не самые лучшие отзывы).

Возражение 25. «Мне это не подходит. Мне надо так: скажи, что конкретно делать и что я с этого буду иметь».

Возражение 26. «Я не хочу заниматься этим бизнесом» или «Мне это не интересно».

Возражение 31. «Это не серьезно. Это не престижно».

ВОЗРАЖЕНИЕ 28. «У МЕНЯ НЕ ПОЛУЧИТСЯ»

Комментарии. Данное возражение, как и предыдущее, является многосоставным. Спросите у человека, **ЧТО ИМЕННО** у него не получится, и вероятней всего, вы услышите одно из следующих (уже рассмотренных нами) возражений:

Возражение 2. «У меня бедный круг знакомых, они не смогут покупать продукцию».

Возражение 4. «Я не умею продавать».

Возражение 6. «Здесь нужно иметь большой круг знакомых».

Возражение 7. «Здесь нужно иметь красноречие». **Возражение 8.** «Здесь нужно быть уверенным в себе».

Возражение 9. «Здесь нужно быть общительным, коммуникабельным человеком».

Возражение 12. «У меня соседка занималась этим, у нее не получилось».

ВОЗРАЖЕНИЕ 29. «ЭТО СЕКТА!»

Скрытый вопрос. Не попаду ли я, занявшись этим бизнесом, в общество людей неадекватных, живущих иллюзиями, «оторванных» от реального мира?

Примечание. Семена этого возражения сеют люди, которые случайно попали на праздничное мероприятие какой-либо сетевой компании. Зашли в зал посреди мероприятия, не зная, чему оно посвящено, что это за люди в зале, почему они так радуются, и каким образом какие-то баллы, бонусы, стартеры и рекруты связаны с машинами, путешествиями, тысячами долларов и счастливым будущим детей.

Ответ. Должен сказать вам с полной уверенностью: в реалистичности и здравом смысле тех, кто серьезно занимается бизнесом MLM, вы можете не сомневаться. На самом деле большинство из них доброжелательные, открытые, интересные, позитивные и целеустремленные люди.

Общаясь с ними, нам не придется выслушивать бесконечные жалобы на проблемы. Они не занимаются переливанием «из пустого в порожнее», обсуждая политику и прочие вещи, на которые не способны влиять. Они находятся в **БОЛЕЕ** реальном мире, чем многие другие, так как не занижают своих способностей и не считают нереальным то, что на самом деле достижимо. Общение с этими людьми доставит вам удовольствие и принесет пользу, так как они стремятся сделать лучше свою жизнь и самих себя, а как говорится в известной мудрости «с кем поведешься - от того и наберешься».

ВОЗРАЖЕНИЕ 30. «ЭТО ВЧЕРАШНИЙ ДЕНЬ»

Скрытый вопрос. Актуален ли этот бизнес сегодня настолько же, насколько он был актуален десять лет назад?

Ответ. Да. Конечно. Этот бизнес НЕ МОЖЕТ быть «вчерашним днем», потому что:

- Во-первых, сегодня, как и десять лет назад, финансовое положение большинства людей далеко от желаемого, и все эти люди нуждаются в возможности улучшить свою жизнь;
- Во-вторых, как и, десять, лет назад, сегодня MLM-компании предлагают качественный доступный по цене и НЕОБХОДИМЫЙ продукт;
- В-третьих, все больше людей, сегодня добиваются, значительных успехов в этом бизнесе, демонстрируя свои достижения всем, кого они знают, в результате чего отношение общества к бизнесу улучшается с каждым годом;
- В-четвертых, что касается конкретных MLM-компаний, начавших свою деятельность в странах СНГ десять и более лет назад - они (MLM-компании) РАЗВИВАЮТСЯ, с каждым годом предлагая клиентам все более качественную продукцию. Им сервис, а консультантам - все более интересные условия продвижения по карьерной лестнице и более эффективную помощь в развитии.

Комментарии. Данное возражение - это, извините, откровенная чепуха. Если человек, находящийся в «неважном» финансовом положении, называет дело, способное, помочь ему и его семье, «вчерашним днем», то возникает вопрос: каким будет его. «завтрашний день»?

ВОЗРАЖЕНИЕ 31. «ЭТО НЕ СЕРЬЕЗНО. ЭТО НЕ ПРЕСТИЖНО»

Примечание. Данное возражение возникает по трем следующим причинам:

1. В бизнесе MLM новичку не выделяется собственный стол в офисе, с компьютером и факсом.
2. Люди не приходят к нам с просьбой «принять их на работу», мы сами к ним идем и рассказываем о возможностях бизнеса.
3. Клиенты также не приходят к нам сами (по крайней мере, в начале).

Скрытый вопрос. Буду ли я чувствовать - себя уважаемой, значимой личностью, если займусь этим бизнесом? Буду ли я ощущать, что занимаюсь серьезным делом?

Ответ. Будете!

Вы БУДЕТЕ это чувствовать, когда, встречаясь на улице со своим бывшим начальником, вы осознаете, что больше не зависите от него, и более того, зарабатываете больше, чем он.

Вы БУДЕТЕ это чувствовать, когда путешествия в Европу (и не только) станут для вас такой же обычной вещью, как ежегодная поездка к родственникам в деревню;

Когда на деньги, заработанные в этом бизнесе, вы сами купите престижное авто и классную квартиру.

Когда вас будут просить выступить на семинаре и поделиться своим опытом, а после вашего выступления вам будет аплодировать весь зал.

Когда люди, которых вы привели в этот бизнес (и которые вначале, возможно, говорили вам, что это не престижно) будут со сцены благодарить вас за то, что вы для них сделали...

Конечно же, для этого вам необходимо кое-чему научиться, и некоторое время потрудиться, но если вы этого действительно хотите - это случится! Это - РЕАЛЬНО. И если вы займетесь бизнесом серьезно - для достижения прекрасных результатов вам вряд ли понадобится больше времени, чем необходимо для получения образования, которое, кстати говоря, лишь в редких случаях дает человеку возможность жить так, как он по-настоящему хочет!

ВОЗРАЖЕНИЕ 32. «Я В ЭТО НЕ ВЕРЮ»

Скрытый вопрос. Неужели все то, что рассказывают об этом бизнесе (большие доходы для всех желающих, щедрые премии, по-настоящему дорогие подарки, шикарные банкеты и бесплатные путешествия в разные страны мира) - ПРАВДА?!

Ответ. Да! И я не удивляюсь тому, что вы не можете «сходу» в это поверить. Я и сам когда-то так же сомневался в том, что все это - реально. Но главное - не это. В жизни есть множество вещей, в которые некоторые люди верят, а некоторые - нет. Большинство этих вещей (таких, как существование «лохнесского чудовища» или жизнь после смерти) фактически невозможно проверить. Бизнес же MLM - это не «летучий голландец», не «лохнесское чудовище», и не пресловутый «снежный человек». Все то, что рассказывают о его возможностях - можно проверить! Вопрос в том, хотите ли вы на самом деле сделать свою жизнь лучше? Хотите?

Что ж, тогда могу предложить вам беспроигрышный вариант: ПРОВЕРЬТЕ! Вы ничего не потеряете, но задумайтесь, ЧТО вы можете приобрести!

Комментарии. Человек, живущий (мягко говоря) не очень хорошо, не верящий в возможности MLM, и даже не пытающийся проверить, вызывает странные ассоциации. Он напоминает упряма, который, не веря в существование автотранспорта, ходит пешком; или, не веря в электричество, пользуется лучиной. Ведь это явный абсурд! Говорить «я не верю» в то время, как тысячи, нет, **ДЕСЯТКИ ТЫСЯЧ** людей разных профессий и возрастов добиваются в этом бизнесе замечательных результатов, создавая для себя и сноси семьи но настоящему достойные (даже по европейским стандартам) условия жизни.

Возражение «Я, не верю» почти всегда является отговоркой, а отговорка - верный признак того, что желания человека «дрыхнут». Поэтому, сталкиваясь с этим возражением, **В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ** необходимо поработать с желаниями человека. Необходимо их разбудит Только тогда у него может появиться мысль: «А может, действительно взяться за это дело? А вдруг это и вправду мой шанс?»

Что ж, уважаемые коллеги и единомышленники, мы с вами «разложили по полочкам» все пять составляющих **МАСТЕРСТВА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ**:

БРОНЕЖИЛЕТ ОТ НЕГАТИВОВ

Составляющая 1. Понимание того, чем являются возражения в жизни и в бизнесе.

Составляющая 2. Знание причин, по которым люди возражают.

Составляющая 3. Правильное отношение к возражениям (созданное на основе двух предыдущих составляющих).

Профессиональные навыки

Составляющая 4. Владение эффективной технологией работы с возражениями.

Составляющая 5. Знание основных, наиболее часто встречающихся возражений, и умение четко и грамотно ответить на каждое из них.

Остался последний «штрих».

Глава 3. Дополнительные рекомендации по работе с возражениями

1. Работая с возражениями, не ввязывайтесь в спор.

Возможно, вы скажете: «А как же мне, не ввязываясь в спор, переубедить человека, имеющего искаженное представление об этом бизнесе?»

Как мне, не споря, изменить мнение человека, который, находясь во власти собственного замкнутого круга, говорит вещи, явно не соответствующие действительности?» Отвечу: добиться этого можно при помощи **мотивационного убеждения**. Отличие мотивационного убеждения от спора весьма значительно.

В споре мы доказываем человеку, что его мнение неверно. Это - заведомо проигрышный метод, так как является своеобразным состязанием, поединком. В споре есть проигравший и выигравший, а в нашем случае, как проигрыш, так и выигрыш ведут нас мимо желаемой цели. Если побеждаете вы - человек, ощущая себя проигравшим, так или иначе расстроен. Проигравший в споре человек нередко может быть негативно настроен как по отношению к вам, так и к тому, что вы предлагаете. Если же побеждает он - для него данный факт является подтверждением вашей некомпетентности, что также вряд ли способствует возникновению в нем желания принять ваше предложение.

В отличие от спора, мотивационное убеждение приводит к противоположным результатам. Оно позволяет нам изменить точку зрения человека, не нарушая гармонии в наших с ним взаимоотношениях. Метод «мотивационное убеждение» заключается в том, чтобы помочь человеку посмотреть на вещи несколько под другим углом, ставя «во главе угла» **ЕГО ИНТЕРЕСЫ**.

Если человек говорит нам: «У меня нет времени», а мы начинаем доказывать ему, что у него **ЕСТЬ** время - мы провоцируем возникновение спора. У человека может возникнуть ощущение, что мы обвиняем его во лжи, в результате чего он (и это вполне понятно) начнет «военные действия». Если человек говорит нам «Уже поздно этим заниматься», а мы начинаем грубо «ломать» его мнение, он также может стать в «боевую стойку». Из принципа. А как же иначе? Ведь если мы его переспорим - это будет означать, что он «сморозил» глупость! Подобные моменты нередко являются главными причинами того, что нам отказывают в сотрудничестве.

Мотивационное же убеждение отличается тем, что мы не вступаем в конфронтацию. В ответ на «нет времени» мы говорим: «Конечно! Я понимаю тебя! Но ты только посмотри, какая классная возможность! Подумай, как может измениться твоя жизнь! Посмотри, насколько могут расшириться финансовые возможности твоей семьи! Может... все-таки имеет смысл найти немного времени для этого дела? Как ты считаешь?»

Если человек возражает нам: «Уже поздно этим заниматься», мы говорим: «Да! Я понимаю тебя, и сам когда-то так считал! Но ты подумай, а что, если это не совсем так, как кажется на первый взгляд? Что, если на самом деле все-таки не поздно? Ты только представь себе, **КАКИЕ** в этом случае возможности открываются перед тобой и твоими близкими!»

Итак, как мы можем увидеть, разница между спором и мотивационным убеждением большая. В споре два человека стремятся друг друга «перearгументировать». Суть же мотивационного убеждения состоит в том, чтобы **ВЫЗВАТЬ У ЧЕЛОВЕКА ЖЕЛАНИЕ ИЗМЕНИТЬ СВОЕ МНЕНИЕ**.

2. Внимательно следите за типом возражения

Как вы помните, есть два типа возражения: **скрытый вопрос** - когда у человека, несмотря на возражения, замечен интерес к бизнесу, и **отговорка** — когда такового интереса нет. Работая с возражениями, крайне важно контролировать ситуацию. Если вы видите, что в возражениях человека прослеживается ирония, скептицизм, пренебрежение, агрессия либо негативность, если человек «ставит стену», если он проявляет явное упрямство, не хочет вас слушать - можете быть уверены: все это признаки отговорки, а значит - вам необходимо немедленно обратиться к желаниям человека.

РАБОТА С ЖЕЛАНИЯМИ ЧЕЛОВЕКА (напомню, это второй шаг технологии работы с возражениями) - ЭТО «КЛЮЧ ОТ ВСЕХ ДВЕРЕЙ».

В качестве дополнения к данной рекомендации хочу обратить особое внимание на возражения, которые почти всегда являются отговорками. К ним относятся следующие:

Возражение 3. «У меня богатый круг знакомых, они не будут покупать вашу продукцию».

Возражение 5. «У нас все бедные в стране, никто не будет покупать продукцию».

Возражение 11. «Это лохотрон».

Возражение 17. «Это обман. Нормальные фирмы не берут деньги с тех, кого нанимают на работу» (имеется в виду плата за регистрацию и стартовый пакет).

Возражение 19. «Вы будете иметь с меня деньги».

Возражение 21. «У нас экономически ненадежное государство, оно задушит любую инициативу».

Возражение 22. «Здесь нужно начинать первым, уже поздно».

Возражение 26. «Я не хочу заниматься этим бизнесом» или «Мне это не интересно».

Возражение 29. «Это секта!»

Возражение 30. «Это вчерашний день».

Возражение 31. «Это не серьезно. Это не престижно».

Возражение 32. «Я в это не верю».

3. Используйте силу примеров

Работая с возражениями, не ограничивайтесь теоретическими разъяснениями. Если человек говорит «Здесь надо иметь красноречие» - дополните ваш ответ на это возражение примером реального человека, который добился прекрасных результатов в бизнесе, не будучи хорошим оратором. Сталкиваясь с возражением «Здесь нужно начинать первым, уже поздно - проиллюстрируйте свой ответ примерами тех, кто уверенно покоряет ступени карьерной лестницы именно сейчас (имеются в виду люди, повысившие свой уровень в последние несколько месяцев). Ответив на возражение «Здесь нужно навязываться людям и уговаривать их», приведите пример тактичного и деликатного лидера, построившего успешный бизнес (уверяю вас, таких примеров немало). И так далее.

Примеры значительно повышают эффективность работы с возражениями. Они наполняют наши аргументации «объемом», принося в них долю реальности.

Замечательным помощником в работе с возражениями является «Журнал примеров», который я рекомендовал бы завести каждому человеку, занимающемуся бизнесом MLM. Этот инструмент не только помогает сделать работу с возражениями более профессиональной, эффективной и приятной, но также несколько облегчает задачу обучения этому искусству наших партнеров по бизнесу. Что он из себя представляет?

Берете обычную толстую тетрадь и пишете на первой странице: **Возражение 1. «У меня нет времени».** Далее пропускаете три страницы, и на четвертой пишете: **Возражение 2. «У меня бедный круг знакомых».** Подобным образом записываете все известные вам возражения, оставляя для каждого из них по три-четыре свободные страницы, после чего заполняете эти свободные-страницы примерами и историями. Возможно, у вас возникает вопрос, где взять столько историй и примеров? Это элементарно! На семинарах, общаясь со спонсорами и коллегами, и, конечно же, из собственного опыта. Естественно, чем более активно вы занимаетесь бизнесом, тем большее количество разнообразных примеров вы будете встречать в процессе работы.

4. Уважайте себя и дело, которым занимаетесь. Не позволяйте людям «опускаться» бизнес.

Иногда бывает, что знакомые или родственники человека, начавшего создавать свой бизнес, позволяют себе относиться с пренебрежением к тому, чем он занимается. Такие проявления окружающих нас людей надо (по возможности) пресекать. Потому что если вы позволяете другому человеку проявлять неуважение к делу, которым занимаетесь - тем самым вы в какой-то мере соглашаетесь с ним, а это вряд ли может положительно сказаться на вашем движении к цели. Что же делать в этом случае?

Могу поделиться с вами, что в подобных случаях делал я. Человеку, позволившему проявить неуважение к бизнесу, я говорил буквально следующее: «Знаешь, это дело многое для меня значит, и проявляя неуважение по отношению, к нему, - ты проявляешь неуважение по отношению ко мне. Скажи мне, разве ты меня не уважаешь?» Человек, конечно же, удивлялся: «Что ты! Конечно, уважаю!» «Что ж, это здорово - говорил я - но тогда, если ты меня уважаешь, будь добр, пожалуйста, **ОТНОСИСЬ ТАКЖЕ С УВАЖЕНИЕМ К ТОМУ, ЧТО ДЛЯ МЕНЯ ЦЕННО!**»

Должен сказать вам, что такой подход способен не только привести к тому, что человек перестанет иронизировать по поводу бизнеса MLM. Более того! В результате подобного разговора ваш знакомый может начать смотреть совсем другими глазами на то, что вы делаете (и возможно, на вас самих). Ведь если вы проявили подобную твердость, то возможно, этот бизнес на самом деле этого заслуживает!

Заключение

Что же, мы с вами проделали хорошую работу! Мы создали полную систему работы с возражениями. Систему, позволяющую значительно увеличить КПД нашего рекрутирования и облегчающую процесс обучения наших партнеров по бизнесу.

Данная книга подошла к концу, и напоследок я хотел бы пожелать вам идти вперед, к желанной цели **НЕСМОТРЯ НИ НА КАКИЕ ВОЗРАЖЕНИЯ!** Более того, я желаю вам радоваться им, ведь каждое возражение - это маленькая ступенька, поднимающая нас вверх, приближающая к очередному достижению!

Неважно, в какой стране мы живем, потому что никакой, даже самый лучший президент самой лучшей страны в мире не способен сделать людей богатыми и счастливыми - только **МЫ САМИ** способны сделать себя такими!

Неважно, сколько у нас свободного времени, играет роль лишь то, **КАК МЫ ЕГО ИСПОЛЬЗУЕМ!**

Если ваш круг знакомых невелик - он станет шире благодаря этому бизнесу!

Если вам недостает красноречия - вы приобретете его благодаря этому бизнесу!

Если у вас есть сомнения - прогоните их прочь «пинком под заднюю часть», потому что они - ликвидаторы шансов и пожиратели успеха!

Если в вашей жизни не хватает света - не ждите, когда наступит утро, а встаньте с кровати и щелкните тумблером!

Применяйте на практике те знания, что у вас есть, каждый день и вы будете чувствовать свой рост каждый месяц!

Я желаю вам **СИЛЫ, ГАРМОНИИ, РАДОСТИ И БОЛЬШОГО УСПЕХА! ДЕЙСТВУЙТЕ!!!**

Оглавление

Введение. Кто виноват и что делать?.....	4
Пять составляющих мастерства работы с возражениями.....	6
Понятие «бронежилета».....	7
Часть I. Бронежилет	8
Глава 1. Возражения в жизни и бизнесе.....	8
1. Возражения - это «сопротивление» во время движения.....	9
2. Работа с возражениями -валюта успеха в бизнесе MLM.....	10
3. Работа с возражениями -это наработка статистики.....	12
4. Возражения - это гарантия того, что рынок НЕ БУДЕТ перенасыщен консультантами MLM-компаний	12
5. Возражения - это фильтр конкуренции	13
6. Работа с возражениями — это тренинг личностного роста.....	14
Глава 2. Почему люди возражают?.....	15
1. Нежелание менять привычный вид деятельности	16
2. Неверная оценка своих шансов на успех.....	17
3. Искаженное представление об этом бизнесе.....	21
Глава 3. Правильное отношение к возражениям	21
Часть II. Профессиональные навыки.....	23
Глава 1. Технология работы с возражениями.....	23
Шаг 1. Определите тип возражения	24
Отговорка	25
Скрытый вопрос	25
Главный секрет успешной работы с возражениями	26
ШАГ 2. «Включите» желания	29
Метод 2. «Возмущающие» вопросы.....	31
Метод 3. «Открывашка» для глаз.....	32
Метод 4. «Зажигание»	32
Метод5. Включение воображения (рисование картинок счастья)	32
Метод 6. Пример собственного желания (монолог от лица новичка).....	33
Шаг 3. «Озвучьте» скрытый вопрос	34
Шаг 4. Ответьте на вопрос, скрывающийся за возражением.....	35
Глава 2. Правильный ответ	36
Возражение 1. «У меня нет времени» или «я не могу заниматься этим бизнесом, так как мне надо зарабатывать СЕЙЧАС»	37
Возражение 2. «У меня бедный круг знакомых они не смогут покупать вашу продукцию»	38
Возражение 3. «У меня БОГАТЫЙ круг знакомых, они не будут покупать вашу продукцию» (она для них не престижная).....	38
Возражение 4. «Я не умею продавать».....	39
Возражение 5. «У нас все бедные в стране, никто не будет покупать продукцию»	40
Возражение 6. «Здесь нужно иметь большой круг знакомых»	41

Возражение 7. «Здесь нужно иметь красноречие».....	42
Возражение 8. «Здесь нужно быть уверенным в себе».....	43
Возражение 9. «Здесь нужно быть общительным, коммуникабельным человеком».....	44
Возражение 10. «Это пирамида».....	45
Возражение 11. «Это лохотрон».....	46
Возражение 12. «У меня соседка занималась этим — у нее не получилось».....	46
Возражение 13. Почему в газетах пишут: «Сетевой маркетинг не предлагать»?.....	47
Возражение 14. «Здесь нужно навязываться людям и уговаривать их».....	48
Возражение 15. «Здесь нужно ходить по учреждениям предлагать продукцию».....	48
Возражение 16. «Скоро будет перенасыщение рынка вашей продукцией».....	49
Возражение 17. «Это обман. Нормальные фирмы не берут деньги с тех, кого нанимают на работу» (имеется в виду плата за регистрацию и стартовый пакет).....	49
Возражение 18. «Мне не нравится продукция вашей компании» или «Мои знакомые пользовались продукцией вашей компании, им не понравилось».....	50
Возражение 19. «Вы будете иметь с меня деньги».....	51
Возражение 20. «Это то же самое, что и...».....	51
Возражение 21. «У нас экономически ненадежное государство, оно задушит любую инициативу».....	52
Возражение 22. «Здесь нужно начинать первым, уже поздно».....	54
Возражение 23. «Уже слишком много людей занимается этим бизнесом».....	55
Возражение 24. «Скоро все будут дистрибьюторами».....	56
Возражение 25. «Мне это не подходит. Мне нужно так: скажи, что конкретно делать и что я с этого буду иметь».....	57
Возражение 26. «Я не хочу заниматься этим бизнесом» или «Мне это не интересно».....	58
Возражение 27. «Это не мое. Мне это не подходит».....	59
Возражение 28. «У меня не получится».....	60
Возражение 29. «Это секта!».....	60
Возражение 30. «Это вчерашний день».....	61
Возражение 31. «Это не серьезно. Это не престижно».....	61
Возражение 32. «Я в это не верю».....	62
Бронежилет от негативов.....	63
Глава 3. дополнительные рекомендации по работе с возражениями.....	63
Заключение.....	67

Александр Бухтияров

в бизнесе MLM с 1998 года. Сейчас в его организации более 15000 консультантов.

Свою первую брошюру «Как пройти путь от возражения к согласию» Александр написал в 1999 году. Позже была написана вторая брошюра «Система менеджмента в MLM». В 2005 году вышла его книга «Как



вырваться из замкнутого круга». На сегодняшний день эта книга используется множеством консультантов в качестве мощного инструмента построения бизнеса.

В 2005 году была создана система «Градусник Успеха», известная также как «Система выращивания Директоров». Эту методику успешно используют для построения бизнеса сетевики из разных компаний и стран СНГ.

В 2007 году была издана книга «Система мотивационного рекрутирования» — конкретное, подробное руководство по привлечению в бизнес; проверенная технология, в основе которой лежит искусство мотивации и знание психологии людей.

Александр Бухтияров также является автором серии статей о бизнесе MLM и создателем ряда тренингов и лекций, посвященных развитию психологических и профессиональных навыков, необходимых для достижения успеха в бизнесе MLM.

Предлагаемая вашему вниманию книга — «Мастер работы с возражениями» — практический справочник по работе с возражениями. Ее цель — помочь каждому человеку, занимающемуся бизнесом MLM, ускорить свое продвижение по карьерной лестнице компании. Новичку она поможет успешно стартовать. Руководителям MLM-компаний облегчит задачу обучения их партнеров по бизнесу.

Кроме этого, цель этой книги — избавить читателя от сомнений, мешающих ему стать успешным и процветающим человеком.