

Verjeti v uspeh - in delati zanj

NataliaUGREN

Uspeti v mrežnem marketingu pomeni, da v prostem času, ne dabi tvegali kapital in z znanjem, ki ga pridobivamo sproti, kupcem prodajamo po nižji ceni in hkrati pridobivamo člane, ki tudi kupujejo za lastne potrebe ali za nadaljnjo prodajo.

Vsi uspešni podjetniki v kateremkoli mrežnem marketingu vam zagotavljajo, da so za uspeh pomembni naslednji elementi:

SANJE, CILJI + STRATEGIJA + DELO + MULTIPLIKACIJA+IZOBRAŽEVANJEIN OSEBNA RAST = USPEH

Sanje, cilji

a.) **NAJDITE SANJE:** Najti morate razloge ZAKAJ bi delali ta posel. Ali bi radi zaslužili več denarja, imeli več prostega časa, bi radi pustili službo, ki vas ne veseli, bi se posvetili družini, vzgo-

ji otrok. Želite biti poleg bolnih in ostarelih staršev, potovati ali se ukvarjati s svojim športom in hobiji, sodelovati v dobroteljskih akcijah ali pa se ukvarjati z osebnostno rastjo? Morda si želite le v miru popiti kavo, ob enajstih dopoldne v svoji priljubljeni kavarni ali smučati, ko je najmanj gneče. Premislite, kaj so vaše sanje! Ali jih sploh še imate? Če jih nimate več, se spomnite časov, ko ste jih imeli. Če ne veste, kaj so vaše sanje, se vprašajte, kaj bi počeli v življenju, če bi imeli časa in denarja na

3. Hladni klici ciljni publiki

Ta način pridobivanja strank je najzahtevnejši. K sreči sta dva načina, da to opravite čimmanj stresno in čimbolj uspešno. a.) Bodite prepričani, da kličete idealne potencialne stranke, ne glede na to, koliko vas je stal spisek. Če boste klicali na slepo, kar iz telefonskega imenika, se vam bo še zmešalo. b.) Pripravite si dobro, zanesljivo oporov besedilo. Sestavljeno mora biti tako, da pridete do sestanka s sogovornikom naj-manj pa do tega, da sogovorniku pošljete kontaktno gradivo (prospekte, brošure, avdio ali video kasete, CD ROM, brezplačne vzorce in podobno) in si izposlujete dovoljenje za ponovniklic.

Če ne boste klicali v roku 48 ur potem, ko so dobili vaše gradivo, pozabite na posel.

4. Po kapljicah

Saj ste že kdaj slišali za znamenito kitajsko mučenje z vodnimi kapljicami, marne?

Zelo močno, vendar dolgoročno strateško orodjeje, da pridobite potencialne stranke tako, da jim brezplačno pošiljate karkoli praktičnega, vendar vrednega. Pošiljke morajo biti čimbolj redne. To so lahko letaki, brošure, brezplačna poročila, razglednice, kasete, ... Prepričajte se, če pred pošiljanjem naslovljenci gradivo želijo (prosijo zanj) oziroma si pridobite od njih zagotovilo, da ga smete poslati. Zato jih je treba najprej poklicati. Ne skrbite, praviloma tega ne zavračajo. Še nekaj: vedno, vedno in še enkrat vedno dovoljenje pridobite od osebe, ki ji pošiljate pred stavitveno gradivo, ne pa od njenih družinskih članov, tajnic ali sodelavcev. Še celo takrat lahko gradivo konča v okroglem fasciklu ob mizi...

5. Seminarji, demonstracije in množične predstavitve

Take dejavnosti so najbrž najboljše priložnosti za uspeh. Najdite možnosti, da na-

stopite pred večjimi ali manjšimi skupinami ljudi in dajte jim priložnost, da nekaj pridobi-jo iz vašega znanja in izkušenj - brezplačno. To so lahko tematske okrogle mize. Zajtrk s sponzorjem, prodajna srečanja, domače zabave, seminarji, predstavitve. Ponavljam, bodite prepričani, da nagovarjate vaše ciljno občinstvo. Vprašajte se, kdo bo pridobil na račun vašega znanja o nekem izdelku ali storitvi. Nato najдите voditelje v vsaki od teh skupin in se jim ponudite za izčrpnjšo razlago, pred-stavitev ali demonstracijo v zameno za možnost plasiranja ponudbe. Presenečeni boste, koliko jih bo vašo pobudo z veseljem sprejelo.

6. Internetne povezave

Najprej se seveda prepričajte, če vaša firma to dovoli. No, zdaj bomo postali nekoliko bolj sofisticirani. Naj omenim, da je bila ena najuspešnejših potez pri nas tista, ko smo na medmrežju našli podjetja z idealnimi baza-mi podatkov naših potencialnih odjemalcev. Ti so ponudili, da naredijo brezplačno dis-tribucijo našega letaka z novicami njihovi bazi kot neko vrsto dodatne vrednosti za svoje člane. Pomnite: Ko se boste postavili kot strokovnjak na svojem področju in si zgradili veliko mrežo odjemalcev, vas bodo organiza-cije iskale in prosile za dovoljenje za objavo gradiva.

7. Priporočila

Poznate koga, ki bi imel osrednji vpliv na svojo okolico in bi vam napisal priporočilno pismo? Še boljše, poznate koga, ki je porabil velike vsote denarja, da bi zgradil zaupanja vreden odnos s svojimi strankami in bi se jim radi približali tudi vi? Če lahko to izpeljete, bo tako priporočilo sprožilo pravo eksplozijo prodaje. Morda bi tistemu, ki vas priporoča, lahko namenili določeno provizijo ali zamenjali njihove podatkovne baze s svojimi, morda bi njegovim strankam omogočili določene brezplačne storitve dodane vrednosti... Če dobite pisno priporočilo, vztrajajte, da plačate dodatne stroške, kot so pakiranje, poštnina itd., in da sami opravite vse priprave, vključno s pisanjem priporočila. No, poznate koga med vašimi odjemalci, ki ima idealno mnenje za vašo ponudbo, hkrati pa ima zvašimi potencialnimi kupci idealne odnose? Pripravite mu ponudbo, ki je ne bo mogel zavrniti in... ne bo vam žal.

8. Reference

Seveda sem prepričan, da jih imate, zato jih uporabljajte!

pretek. Česa bi se lotili, če bi vedeli, da vam ne more spodleteti? Dobro vprašanje za ugotavljanje smisla v življenju je: Kaj bi naredili, če bi vedeli, da vas bo čez šest mesecev zadela strela? Odgovor na to vprašanje vam pove, po čem hrepenite. Brez sanj vam bo vse pretežko. Vedno boste utrujeni, potrti in boste slabo voljo stresali na ljudi okoli sebe. Torej, kaj hočete?

b.) VZDRŽUJTE SANJE: Ko enkrat veste, čemu delate, je potrebno sanje vzdrževati, jih obnavljati; kasneje, ko jih boste dosegli, pa najti nove izzive. Sanje je treba zapisati, ker bodo tako postale oprejemljivi cilji. Tudi vizualizacija zelo pripomore, da sanje postanejo dosegljivejše. Oglejte si hiše in razkošna stanovanja, v katerih bi živeli, pojdite na testno vožnjo s svojim sanjskim avtom, pojdite v butike in pomerite obleke po svojem okusu. Iz turističnih katalogov si izrežite slike krajev, kamor bi odpotovali. Ali bi imeli jadrnico? Tudi to sliko si prilepite na vidno mesto.

Ali veste, kateri so najuspešnejši ljudje na svetu? Tisti, ki si svoje sanje in cilje zapišejo. In kaj pravijo ljudje, ki si ciljev ne zapišejo? Da imajo vse natančno opredeljeno v svoji glavi. Ne vem, če bi vi zaupali postavljanje svoje hiše arhitektu, ki bi imel ves načrt v svoji glavi in ne na papirju

71

Strategija

Treba se je odločiti, kateri cilj želimo doseči (npr. koliko bi radi zaslužili, koliko izdelkov prodali ali kateri nivo posla dosegli), kako ga bomo dosegli in kdaj (točen datum).

Tudi strategijo si bomo zapisali in se kasneje posvetovali s sponzorjem oziroma mentorjem, če si nismo morda postavili nerealnih ciljev.

Za začetek skupaj s sponzorjem oziroma mentorjem naredimo enoletni načrt, ki ga razdrobimo na mesece, tedne in dneve. V dnevu si določite uro (vsaj eno, če ste v stiski s časom), ki jo boste posvetili poslu, in to uro imejte rezervirano v svojem rokovniku. Naj vas ne zmotijo prijatelji, ki vas želijo povabiti na pijačo, ali sorodniki na večerjo. Ali vam bodo oni uresničili vaše želje? Dvomim, zato si niti enkrat ne dovolite prekršiti te ure, ki vam bo v prihodnosti pridobila

čas in denar. Če pa le pride vmes kaj neodložljivega, naslednji dan to uro nadomestite in podvojite delo.

Kako bi se lotili pojesti celega slona? Po grizljajih. Kako pa bi začeli peš pot proti Kitajski? S prvim korakom. Vsake velike stvari se lotimo po delčkih.

Določite si datum, ko boste cilj dosegli, vendar naj bo realen. Izkušnje sponzorja oziroma mentorja vam bodo pomagale določiti realen datum doseganja cilja. Tudi sami morate verjeti, da je cilj, ki ste si ga zastavili, dosegljiv v tem roku. Če niste stoodstotno prepričani, ga ne boste dosegli. In kaj narediti, če ga kljub temu ne dosežete? Nič zato, si pač postavite novega, ki bo zdaj verjetno dosežen.

Delo

Ker moramo ljudje tako ali drugače delati skoraj celo življenje, se odločite, kaj bi delali. V MM delamo naslednje stvari: napišemo svoje sanje, napišemo seznam ljudi, ki jih poznamo, tem ljudem pravilno predstavimo svoj mrežno-marketinški načrt za doseg njihovih ciljev, jim pomagamo nadaljevati isto delo (tisti, ki želijo biti aktivni) in oskrbovati z izdelki dobavitelja tiste, ki jih želijo kupiti. Za tako delo se je potrebno pogovarjati z ljudmi, poklicati po telefonu, se odpeljati do njih, potrebno je dostaviti izdelke, jih obveščati in poučevati o izdelkih in že nekaj malenkosti.

Ker delamo z ljudmi, moramo skrbeti tudi za zunanji videz, kajti ljudje, ki nas ne poznajo, si ustvarijo mnenje o nas: najprej nas vidijo, potem slišijo. Za prvi vtis imamo le nekaj sekund časa, zato je prav, da poskrbimo za zunanji videz. Tudi sami se boste počutili samozavestnejši, če veste, da ste naredili dober vtis. K zunanji podobi sodi tudi nasmeh, urejena pričeska, moški morajo biti sveže obriti in naj ne nosijo uhanov. Prepovedano je govoriti z žvečilnim gumijem v ustih ali s prižgano cigareto. Tudi take stvari, kot so slab zadah iz ust ali bele bombažne nogavice pri moški poslovni obleki lahko odvrnejo ljudi od sodelovanja z nami. In še nekaj, kar ni tako nepomembno: ženske, ne oblačite se v prekratka ali pretesna oblačila, kadar želite posel predstaviti paru. Žena lahko zavrne srečanje iz strahu, da bi z obleko zmedli njenega moža.

Pri predstavljanju je pomemben iskren pogled v oči in krepkejši stisk ro-

ke. Naj si ne mislijo, da so se rokovali z "mrtvo ribo", kot pravimo mlahavemu stisku. Zelo je pomembno, da si zapomnimo imena ljudi in jih med pogovorom večkrat omenimo. Najuspešnejši pa boste takrat, ko boste prisluhnili ljudem. S poslušanjem si boste pridobili njihovo zaupanje. Zapomnite si, da se ljudje ne pridružijo mrežnemu marketingu zaradi podjetja ali izdelkov, ampak zaradi vas samih. Pridružijo se, ker želijo sodelovati z vami. Če ste motivirani, navdušeni in veste, kam greste, se bodo ljudje še bolj pridruževali.

Delo v MM ni težko, težki smo ljudje. Vendar se dela z ljudmi lahko naučimo tudi iz knjig, ki jih je na našem trgu že precej.

Multiplikacija

Izraz v MM pomeni, da svoj čas in zaslužek najprej podvojimo, kasneje se brez naše volje multiplicira. Od tu izhaja svoboda, ki jo pridobimo v tem poslu. Večja kot je vaša skupina, več je podvajanja. Poglejmo primer, ko imate za ukvarjanje s tem poslom samo eno uro časa na dan. Kako narediti, da bi dosegli večje rezultate z isto količino vložene časa? Preprosto. V tej uri najdete ljudi, ki bodo prav tako delali vsaj eno uro na dan. Če jih je pet in vsak od njih dela eno uro na dan, je enako, kot da bi vi osebno delali pet ur in k temu prišteli še svoj o uro dela. Ali vidite, na kakšen način boste prišli do svobode? Potrebujete ljudi, ki tudi delaj o za svoj o svobodo, vi pa jim pri tem pomagate, dajo čimprej dosežejo.

Kako dosežete, da bodo ljudje aktivni? Ne morete jih narediti, ampak je take treba najti. Išcite ljudi, ki iščejo priložnost za spremembo v življenju. In kateri so pravi? Tisti, ki vas takoj po predstavitvi mrežnomarketinškega načrta

vprašaj o, kaj moraj o narediti, da bi lahko začeli.

MM vam omogoča, da se tudi kadar niste fizično aktivni, ko ste recimo na dopustu, vaš čas in denar multiplicirate skozi ljudi, ki jih imate v skupini. Kot sem že omenila, to ne pomeni, da oni delajo za vas ali da vsi delate za skupni cilj, ampak da vsak posameznik v mreži dela za svoje cilje.

Izobraževanje in vaša osebna rast

Za vsako delo potrebujemo določeno znanje, podobno je tudi v MM. Prednost je v tem, da ga pridobivamo sproti in le toliko kot je potrebno za naš nivo. Znanje, ki ga pridobimo pri gradnji posla v MM, lahko koristno uporabimo tudi na drugih življenjskih področjih. Na začetku se naučimo, kako si zastavimo cilje in to nam lahko pomaga tudi, ko želimo prenehati kaditi ali ko želimo načrtno shujšati. Ali se kdo spomni, da bi nas v šoli naučili, kako postavljati cilje?

Naučimo se tudi, kako pravilno uporabljamo izdelke, naučimo se prisluhniti ljudem, če mogoče iščejo kakšno poslovno priložnost... To nam pomaga, da znamo prisluhniti tudi najbližjim. Kasneje, ko naša skupina raste, dobimo znanje o vodenju ljudi, za boljše komunikacijo in razumevanje medčloveških odnosov. Zapomnite si, da morate najprej osebno zrasti, potem bo zrasel tudi vaš posel.

Vse velike stvari se najprej zgodijo v glavi. Torej morate biti najprej osebno zreli za velike dosežke, potem jih boste tudi dosegli. Spet vam lahko pomaga vizualizacija: predstavljajte si dvorano, v kateri imate srečanje, vsi ljudje v njej pa so tudi v vaši skupini. Predstavljajte si, v kateri obleki boste šli na oder po priznanje. Poskusite si pred-

9. Direktna pošta

Večina mrežnih prodajalcev nima niti pojma, kako naj izvede kampanjo neposredne pošte. Čevdite, kaj vse dobivate v direktni pošti, potem ni čudno, da toliko podjetij bankrotira. Največja napaka, ki jo mrežni prodajniki delajo pri direktni pošti, je pošiljanje preveč gradiva napačnim ljudem zaradi napačnih razlogov.

Direktna pošta je lahko zelo uspešna, če upoštevate nekaj preprostih pravil:

- > Najprej pokličite vašo potencialno stranko in se prepričajte, da govorite s pravo osebo, ki se mora strinjati, da bo pregledala vaše gradivo.
- > Pošljite potencialni stranki na enkratilno dva ali tri kose informativnega gradiva (npr. brošuro in kaseto) namesto celotne palete, ki jo imate na razpolago.
- > Pokličite takoj po tem, ko ste poslali gradivo in se prepričajte, če so gradivo pregledali. (Običajno "so ga dobili, paga še niso imeli časa pregledati".)
- > Najpomembnejše je, da jih kličete vsakih nekaj dni, dokler res ne pregledajo gradiva ali vas v ljudno "nekam pošljejo". Če vam ni do tega, da bi opravili vse te štiri opisane korake, je škoda denarja za direktno pošto.

10. Oglaševanje

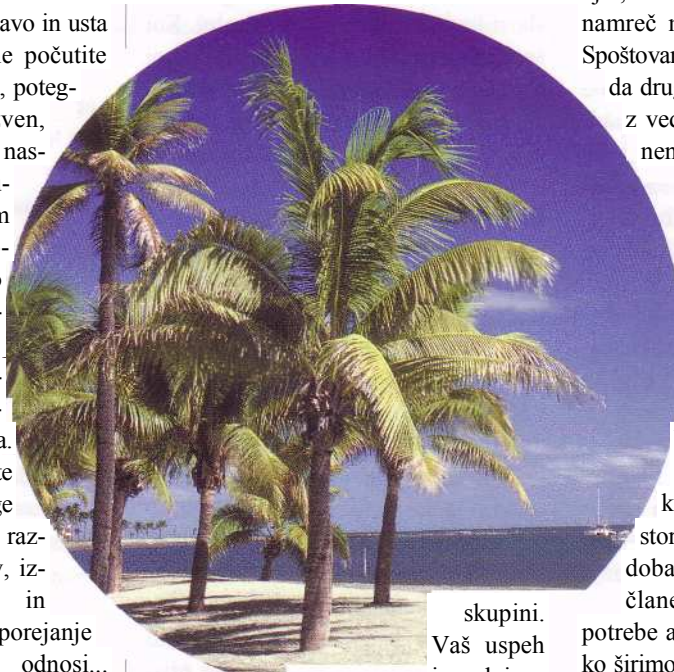
Osebno neverjamem v oglaševanje, saj sem prodajni inštruktor že 27 let. Po mojih izkušnjah mrežni prodajniki oglašujejo, kerse baje bojijo "toplih" klicev. Če bi se za oglaševanje vseeno odločili, vam priporočam, da se najprej odločite za možnost neposrednega merjenja oglasnega odziva, potem boste vedeli, ali ima oglaševanje za vas pravi smisel.

Hilton Johnson, predsednik MLM Sdes Academy in prodajni inštruktor za področje mrežnega marketinga. S soglasjem avtorja je tekst priredil Vito Komac.

stavljati, kako se boste počutili, ko boste naredili ta posel. Ali ste že slišali, da že določena drža telesa vzbudi določeno občutje? Kako se držijo zmagovalci in kako poraženci. Poskusite sami: skrčite ramena navznoter, sklonite glavo in usta potegnite navzdol. Ali se ne počutite potrto? Zdaj pa se vzravajte, potegnite trebuh noter, prsa navzven, glavo pokonci in se široko nasmehnite. Verjetno se že počutite bolje kot v prejšnjem položaju. Vse te "neumnosti", bi rekli skeptiki, so pomagale že uspešnim ljudem.

Vsa MM podjetja organizirajo srečanja in seminarje za pridobivanje znanja. Sami se lahko izobražujete tako, da redno prebirate knjige z vsebino, kot so: pozitivno razmišljanje, postavljanje ciljev, izboljšanje motivacije in samodiscipline, boljše razporejanje časa, medsebojni odnosi... Priporočljivo je prebrati eno knjigo na mesec, odvisno od ciljev, ki ste si jih postavili. Če želite svoje sanje hitro doseči, potem vam ne bo težko za začetek brati 15 minut na dan. Od tega, koliko knjig boste prebrali, je odvisen vaš uspeh. Kot sem že povedala, se vaš uspeh začne najprej v glavi. S čim si boste lažje spremenili misli, če ne z branjem takšnih knjig? Zelo uspešen poslovnež je nekoč

dej all, da se boste v naslednjih letih spremenili le za toliko, kolikor knjig boste prebrali. Vse znanje, ki ga boste pridobili, boste posredovali svojim ljudem v



skupini. Vaš uspeh je odvisen tudi od tega, kako dobro boste naučili svoje ljudi, da bodo vaše uspehe lahko podvojili in kasneje multiplicirali. Svetujem pa vam, da ne zapletate stvari; če ostanejo preproste, se ljudje lažje naučijo in prenašajo znanje naprej. Ne poskušajte spreminjati koncepta podjetja, ki je uveljav-

Ijen že več let. Prav tako ne bodite posesivni do ljudi, ker niso vaša last. Videla sem vodje skupin, ki so bili tako superiorni, da skupina ni mogla delati brez njih, zato se ni podvojila. Ne potrebujete namreč množice, ki bi vam ploskala. Spoštovanje ljudi si boste pridobili tako, da drugim pomagata do uspeha in ne z vedenjem, kot da ste najboljši in nenadomestljivi.

Uspeh

Čeprav smo o tem že pisali, si še enkrat na kratko oglejmo definicijo uspeha v MM.

Uspeh v MM pomeni, da v svojem prostem času, ne da bi tvegali kapital in znanje, ki ga pridobivamo sproti, kupcem nudimo izdelke ali storitve po nižji ceni direktno od dobavitelja in hkrati pridobivamo člane, ki tudi kupujejo za lastne potrebe ali za nadaljnjo prodajo. S tem ko širimo mrežo kupcev, nam dobavitelj izdelkov mesečno izplačuje provizijo, ki jo doseže naša celotna mreža kupcev. Po nekajletnem delu, ko smo tudi svojim članom pomagali do uspeha, pa nam pripada plačilo v obliki mesečne rente in s tem pridobimo 24 ur prostega časa in redne dohodke, ki rastejo hkrati s širjenjem mreže.