

Polecenia w network marketingu

Każdy może być Twoim klientem lub partnerem

RADOSŁAW LIS

Network marketing to biznes opierający się na pewnych zasadach. Jeśli pracujesz w networku kilka miesięcy i wydaje Ci się, że wiesz już wszystko, bo w bardzo krótkim czasie „wdrapałeś” się na pewien poziom, to jeszcze szybciej, z wielkim świstem, możesz zacząć spadać w dół. Jeżeli działasz w tym biznesie już sporo czasu i nic Ci się nie klei – lista stu nazwisk dawno się skończyła, ponieważ najbliższa rodzina oraz znajomi pukali się palcem w czoło – i nie wiesz, co robić dalej, to znaczy, że otaczają Cię „pseudofachowcy”. Nie poinstruowali Cię, jak działa network. Jest jeszcze inne wyjaśnienie Twoich niepowodzeń i negacji: na szkoleniu dowiedziałeś się o poleceniach, ale o nie, po prostu, nie prosisz i systematycznie ich nie zbierasz. To zjawisko jest potocznie nazywane lenistwem.

Strach ma wielkie oczy

Przeglądając się tematami moich poprzednich artykułów, mianowicie „duplikacja” oraz „rozmowa telefoniczna”, teraz, zgodnie z kolejnością, należałoby napisać kilka słów na temat rozmowy sponsorskiej. Jest to temat bardzo ciekawy, jednakże zbyt obszerny, aby rzetelnie skreślić go w jednym artykule. Zagadnienia związane z rozmową sponsorską będą z pewnością poruszane w następnych numerach Network magazynu. Idąc dalej tym tropem powiem krótko: niestety, ale nie będziesz drogi Czytelniku przeprowadzał rozmów handlowych czy sponsorskich, jeśli nie nauczysz się zbierać poleceń.

Każdy z nas powinien wiedzieć, że polecenia to czyste pieniądze. Najłatwiej nam się z nich pracuje, umawia spotkania, le-

piej planuje się rozmowę, łatwiej się do niej przygotować, częściej i więcej się sprzedaje. Wiesz o tym, ale niestety nie praktykujesz efektywnego zbierania poleceń. Dlaczego? Odpowiedź jest prosta. Twój trener czy sponsor też nie zbierał poleceń i nie pokazał jak to robić, a więc Ty, zgodnie z zasadą duplikacji także tego nie robisz. Jak to nazwiemy? Tak, to jest duplikacja, ale niestety, nie ta pozytywna. Z taką duplikacją mamy zamknięte „diabelskie koło”. Sam wiesz, jak trudno jest umówić się na spotkanie i ile to wymaga poświęceń. Omawialiśmy to już. A kiedy uda nam się umówić spotkanie, to zamiast czerpać z niego korzyści w stu procentach, co robimy? Po wypiciu niezbyt smacznej kawy podajemy rozmówcy rękę i żegnamy się. Nawet, jeśli rozmowa nie zakończy się sprzedażą, nie uda Ci się pozyskać nowej osoby do współpracy czy też sprzedać produkt, boisz się zapytać o polecenia. Boisz się wykorzystać kontakty Twojego rozmówcy. Umawiając spotkania telefonicznie, słyszysz często słowo „nie” i odkładasz słuchawkę, zamiast zapytać o polecenia. Znowu negatywna duplikacja i znowu zamknięte „diabelskie koło”.

Prawda w oczy kole

Teraz trochę prawdy. Podjąłeś decyzję, że działasz w network marketingu. Kupiłeś Pakiet Startowy – sprzedałeś go kilku znajomym, kupiłeś produkty – i trochę towaru sprzedałeś swoim znajomym. Przez parę chwil (jak w starym kinie: „Galopem przez pusztę” lub „17 mgnień wiosny”) byłeś



O sukcesie w network marketingu możemy marzyć, kiedy spełnimy kilka niezbędnych wymogów, jakie stawia przed nami ten system prowadzenia biznesu. Należy równomiernie i umiejętnie rozłożyć swoją energię i czas, bo jest przecież pieniądzem. Zapytaj się człowieka, który odniósł sukces współpracując z tą samą firmą MLM, co Ty: jak to zrobiłeś? Ile czasu poświęcałeś na sprzedaż produktów czy usług, a ile na budowę struktury? Jak to robić dynamicznie? Zarówno do sprzedaży, jak i budowy struktury, każdy potrzebuje listy stu nazwisk – to podstawa działania. Szkopuł w tym, że nawet, jeśli masz wielu znajomych, pamiętasz wszystkie nazwiska i telefony kolegów ze swojej jednostki wojskowej a pracujesz systematycznie i z sercem – lista stu czy pięciuset nazwisk szybko się skończy. Dlatego, w network marketingu, każdego dnia musimy pamiętać o POLECENIACH.

w centrum uwagi i szybciej niż zająłeś się network marketingiem czy zostałeś sprzedawcą bezpośrednim – wypadłeś z interesu. Słowo „razem”, które na początku miało tak duże znaczenie, nagle przestało istnieć. Na początku byłeś na wspólnej wizycie, pomagano Ci wypełnić umowę – żebyś nie zrobił jakiegoś błędu – postarano się abyś kupił dużo towaru, a potem zostałeś sam. Snujesz się ulicami bez pieniędzy, a na Twoje miejsce znaleziono już następcę i jeśli jeszcze trochę poczekasz, spotkasz go na ulicy obok siebie. Ale dokładnie takie są założenia naszych kochanych, drogich teoretyków, którzy między innymi, magicznym słowem „razem”, motywowali Cię do zawodu sprzedawcy.

Teraz, słysząc znów słowo polecenie, przypominasz sobie, że gdzieś już je słyszałeś. Gdzieś, podczas własnej rozmowy rekrutacyjnej czy też podczas pierwszych spotkań z Twoim trenerem – teoretykiem, obiło Ci się ono o uszy. Tą samą drogę przechodzi każdy z nas. Ja zaczynałem sprzedaż bezpośrednią w amerykańskim koncernie sprzedającym elektroniczne systemy zabezpieczeń, pracowałem w Niemczech i właśnie dzięki tej firmie znalazłem się razem z nią w Polsce. Po tygodniowym szkoleniu wstępnym i wykuciu kilku tekstów, nastal mój pierwszy tydzień w pracy i pierwsze telefonowanie do klientów. Robiłem to, oczywiście, korzystając z książki telefonicznej i gdyby nie pomoc kolegów, pewnie nie miałbym żadnych spotkań. Potem – pierwsze rozmowy i trzy umowy. Piątek wieczorem; siedzę w biurze z moim dyrektorem oddziału, przeglądamy umowy. On wyciąga piwo i pyta: – ile poleceń masz do każdej z tych umów? W moich oczach pojawił się wtedy wielki znak zapytania, po którym wyrzucilem odpowiedź: – ani jednego.

Do dziś jestem wdzięczny za to, że miałem tak dobrego szefa, który kazał mi następnego dnia, w sobotę, do każdej umowy zebrać co najmniej 8 poleceń. – Inaczej nie dostaniesz od nich prowizji – powiedział krótko i na temat. Wtedy byłem wściekły i pałałem żądzą zemsty (sic!), nie rozumiałem tego, co się stało. Przecież podpisałem umowy! Wygenerowałem sprzedaż! Dziś jestem mu wdzięczny za to, jak ze mną postąpił. Nigdy już nie miałem problemów z umówieniem spotkania, nie narzekałem na słabe wyniki sprzedaży.

Trylogia sukcesu

Porównaj moją historię z Twoją i zadaj sobie pytanie: jakie wywarła ona na tobie wrażenie i czy zawsze zbierasz polecenia? Jesteś dorosłym człowiekiem, obwiniać za sytuację osobistą otaczających Cię teoretyków byłoby zbyt proste. Przejmij pałeczkę i bądź odpowiedzialny. Pokazałeś już, że umiesz pisać i czytać, że nauczyłeś się umawiać na spotkania, że nauczyłeś się prowadzić rozmowę, a teraz zacznij zbierać polecenia. Dlaczego? A do kogo chcesz dzwonić? Z kim chcesz umawiać się na spotkania, komu sprzedawać nie mając poleceń? Nawet, jeśli nie masz zasad, nie chcesz w nie wierzyć, to i tak trylogia sukcesu handlowca pozostaje niezmienna: umawianie terminu spotkania – rozmowa handlowa – polecenia!

Pamiętaj o tym, że otrzymane od klientów polecenia to poufne informacje. Pamiętaj o tym, że klient chce, aby osoby, do których dotrzesz, podziękowały mu za podanie Tobie polecenia. Pamiętaj o tym, że sam nie polecisz nikomu komuś, kto potraktował Ciebie z góry, patrzył na Ciebie tylko przez pryzmat pieniędzy, nie interesował się Tobą i Twoimi potrzebami. Nie miałbyś do takiej osoby zaufania i nie wierzyłbyś w to, że Twoich znajomych potraktuje ona lepiej. Nie narażajbyś swoich dobrych stosunków towarzyskich, aby zaspokoić czyjeś ambicje. Każdy z nas ma w sobie odruch pomocy drugiemu, ale pomożemy bliźniemu tylko wtedy, jeśli wyczujemy, że jego zamiary są szczerze. Jeśli uważasz, że produkt jest naprawdę dobry, pomożesz sprzedawcy i podasz mu nazwiska. Więc jeśli tak wygląda to u Ciebie, to pamiętaj o tym, że dokładnie tak samo sytuacja wygląda u klienta i traktuj go w taki sposób, w jaki sam chcesz być traktowany.

Musisz pracować nad swoją osobowością i wiarygodnością wpływającą z Ciebie. Niejednokrotnie słyszałeś już regułki zapytań o polecenia, nawet nauczyłeś się ich na pamięć, ale zastanów się nad nimi głębiej. Większość z nich została sformułowana przez „naszych teoretyków”, ale to, że są dobrze sformułowane pod względem psychologicznym, nie oznacza, że są wiarygodne. Produkt jest dla

„Moja wizyta była gratis, mój Pana dobry, jako honorarium chcę poleceń”. Przy takich idiotyzmach nie tylko klienta szlag trafia, ale i Ciebie powinien. Osobiście za takie sformułowania przyznałbym nagrodę Nobla w dziedzinie „kretyniństwo”.

Bądź siewcą zaufania

Nic nie brzmi wiarygodniej niż zwykła prośba. Chcesz polecenia, to poproś o nie. „Czy mogę prosić o nazwiska...?”, „Czy mogę prosić o pomoc...?”, „Czy mógłby Pan polecić mnie dalej...?”. Nic nie otwiera lepiej drzwi niż słowa: proszę i dziękuję. Jeśli chcesz, żeby ktoś poświęcił Ci uwagę – proś o to. Jeśli chcesz rozmowy – proś o nią. Jeśli chcesz miłości, czułości, zrozumienia – proś o nie. Nie ma w tym nic dziwnego, wstydliwego czy obraźliwego. Dostaniesz wszystko, o co prosisz, również 8 poleceń.

Już teraz znam Twoje obiekcje, ale musisz wiedzieć, że między proszeniem a błaganem jest ogromna różnica. Ta różnica to zaufanie. Zaufanie do siebie samego. To zaufanie, do swoich zdolności, umiejętności, uzyska-

