

# O marketingu sieciowym i biznesie

Robert Kiyosaki to autor książek, które od kilku lat utrzymują się na szczycie światowych bestsellerów biznesu i stały się nieocenionym źródłem wiedzy oraz impulsem do pracy dla sprzedawców działających w marketingu sieciowym. Mając na uwadze wzrastającą przepaść pomiędzy tymi „co mają” i tymi „co nie mają”, stworzył planszową grę edukacyjną o nazwie CASHFLOW, która uczy zasad znanych dotychczas tylko bogatym – postępowania z pieniędzmi. Kim Kiyosaki, wspólnie z Robertem, stworzyła firmę, która zajmowała się nauczaniem biznesu i przedsiębiorczości na całym świecie. Przedsięwzięcie rozwinęło się do 11 oddziałów w 7 krajach świata. Z ich seminariów i szkoleń biznesowych skorzystały dziesiątki tysięcy osób. Przez ponad 20 lat Kim podróżowała wraz z Robertem po świecie, dzieląc się z milionami ludzi swoją wiedzą o pieniądzu i inwestowaniu. Podczas podróży Kim dostrzegła, że istnieje potrzeba napisania książki poświęconej inwestowaniu, skierowanej szczególnie do kobiet, która zaproponuje całkowicie nowe spojrzenie na tę problematykę. „Bogata kobieta” – pierwsza książka autorstwa Kim, została wydana w czerwcu 2006 roku. Miesiąc później znalazła się na liście bestsellerów tygodnika „Business Week”, a obecnie jest już międzynarodowym bestsellerem. Wykłady Roberta Kiyosaki obejmują m.in. takie dziedziny jak: inwestowanie w celu osiągnięcia wysokiego zwrotu nakładów przy zachowaniu małego ryzyka; sposoby edukowania dzieci, przygotowujące je do akumulowania majątku; zakładanie i sprzedawanie firm.

(Źródło: „NETWORK magazyn” 14/2007).

Tematyką pisma „NETWORK magazyn” jest oczywiście marketing sieciowy i sprzedaż bezpośrednia. Pismo skupia wokół siebie ludzi, dla których marketing sieciowy jest czymś przeciwnym do niewolniczego systemu pracy na etacie. Podstawowym celem „NETWORK magazynu” jest promowanie przedsiębiorczości i marketingu sieciowego, poprzez poprawę wizerunku i szacunku do tego rodzaju biznesu, promowanie tworzenia własnych biznesów, własnych firm. Poprzez promowanie przedsiębiorczości przeciwdziałamy bezrobociu. Celem pisma jest także nauka etyki i filantropii w biznesie.

Jak to robimy? Przez niezależność, opinotwórczość, fachowe wsparcie poważnych instytucji. W Radzie Programowej pisma zasiadają przedstawiciele poważanych instytucji oraz urzędów, profesorowie wyższych uczelni, naukowcy, szefowie krajowych gremiów sprzedaży bezpośredniej oraz prezesi i dyrektorzy etycznych, rzetelnych firm marketingu sieciowego i sprzedaży bezpośredniej w Polsce.

Pismo jest podzielone na stałe rubryki: „Na widelcu”, gdzie przedstawiamy wywiady, „Przy tablicy” – gdzie ukazują się specjalistyczne teksty, jak działac w marketingu sieciowym, „Badania i raporty”, „Zoom reportera” – zawsze staramy się być tam, gdzie coś się dzieje w tej branży, „Moim zdaniem” – artykuły zazwyczaj pisane przez ludzi działających w MLM, ich spostrzeżenia o branży, „Majstersztyk” – rewolucja wellness itd., „Pod paragrafem” – tutaj piszemy o firmach, które działają nieetycznie, „Network news room” – zawsze najnowsze wieści z rynku i z branży, „Network books” – polecamy ciekawe książki, „Na szczycie” – prezentujemy

Podczas corocznego zjazdu Akuny w Wiśle Maciej Maciejewski, redaktor naczelny „NETWORK magazynu” dokonał prezentacji pisma zajmującego się multi-level-marketingiem. Przytaczamy fragmenty tej prezentacji oraz fragment wywiadu z Kim i Robertem Kiyosaki, który ukáže się w najbliższym numerze pisma.

ludzi, też spoza branży MLM, którzy osiągnęli sukces.

Nakład „NETWORK magazynu” ukształtował się na poziomie 7 tys. egzemplarzy. W najnowszym „NETWORK magazynie” ukáže się wywiad z Robertem i Kim Kiyosaki, oto jego fragment:

**„NETWORK magazyn”: Obecnie w Polsce mamy około 650 tys. ludzi zaangażowanych w sprzedaż bezpośrednią, około 92% z nich to kobiety. Podobna sytuacja ma miejsce w innych krajach. Czy jesteś w stanie wyjaśnić to zjawisko?**

**Kim Kiyosaki:** Wiem, że w USA, Polsce i Wielkiej Brytanii liczba kobiet pracujących w marketingu sieciowym stale wzrasta. Uważam, że jest to znak czasów, a także rosnącego wskaźnika rozwodów oraz kobiet wybierających samotne życie. Coraz więcej z nas znajduje się w sytuacji, w której same musimy wziąć odpowiedzialność za nasze zabezpieczenie finansowe. Marketing sieciowy

to jeden z niewielu sposobów, gdzie kobieta może zacząć biznes z niewielkim kapitałem i być otoczona ludźmi wyznającymi te same zasady, realizującymi podobne cele i marzenia. Uważam, że jest to logiczne, że jeśli kobiety chcą zacząć działać w biznesie, to marketing sieciowy jest dla nich jedną z najprostszych dróg, by to osiągnąć.

**Robert Kiyosaki:** Mogą również zacząć w domu, pomóc finansowo mężowi, wspomóc domowy budżet. Mogą zacząć swój własny biznes, pracując według własnego planu zajęć. Ma to wiele zalet, których nie ma praca dla dużej firmy.

**KK:** Szczególnie, kiedy kobiety mają dzieci, to taki biznes, jak marketing sieciowy jest dla nich bardzo wygodny.

**Wspomnieliśmy o sprzedaży bezpośredniej i marketingu sieciowym. W swoich książkach bardzo często poruszasz te tematy. Ten system sprzedaży ostatnio bardzo wzrósł w Polsce. Np. firma Akuna, która weszła na rynek w 2000 roku, współpracuje z około 100 tys. liderów sprzedaży bezpośredniej. Jak uważasz, dlaczego ludzie tak bardzo są zainteresowani tą formą biznesu?**

**R.K.** Powodem, dla którego popieram marketing sieciowy, jest fakt, że uczy on, jak być przedsiębiorcą. W ten sposób budujesz biznes; kiedy to robisz, masz innych ludzi pracujących dla ciebie. Nie zatrudniasz właściwie pracowników, ale szkolisz ich, aby sami byli przedsiębiorcami – to mi się właśnie podoba w marketingu sieciowym. A to właśnie ci ludzie napędzają ten system, dzięki nim on się rozwija. Moja praca, a jestem właścicielem kilku firm, polega zawsze na wyszukiwaniu najlepszych ludzi. Ludzie pracujący w takich zawodach, jak lekarz, prawnik, muszą być wykształceni, mądrzy itd., ale oni nie szukają innych ludzi, oni szukają pracy. Ludzie pracujący w marketingu sieciowym nie szukają pracy, lecz innych ludzi i budują biznes. Kiedy zbudują wystarczająco duży biznes, mogą zacząć inwestować i poruszać się do przodu pod względem finansowym. To zależy od was, czy chcecie być tacy, jak mój biedny ojciec, który był lekarzem. Jeśli tak – znajdźcie sobie pracę i wspinajcie się po drabinie społecznej, to jest w porządku, tak robi wielu ludzi. Myślę, że lepiej jednak jest przejąć kontrolę nad własnym życiem.



Od lewej: Kim Kiyosaki, Maciej Maciejewski i Robert Kiyosaki

Drugim powodem, dla którego popieram marketing sieciowy, jest to, że uczy on ludzi, daje im odwagę i pewność do założenia własnego biznesu, uczy, jak przejąć kontrolę nad własnym życiem.

**Jak myślisz, w jakim kierunku będzie szedł marketing sieciowy? Czy uważasz, że nadal będzie się tak szybko rozwijał?**

**R.K.** To zależy od liderów w branży. Dlatego polecam wszystkim wasz magazyn, który jest na bieżąco, jeżeli chodzi o branżę, a to pomaga orientować się w aktualnej sytuacji. Ale tak, jak w każdym biznesie, wszystko zależy od liderów. A więc od ludzi, którym odpowiada marketing sieciowy i organizacja sprzedaży bezpośredniej. Ważne jest to, że naprawdę potrzebują brać przykład z liderów. Każdy mówi, że musi być dobra grupa zarządzająca. Aby biznes się rozwijał, musi mieć nowych, silnych liderów. Dlatego popieram marketing sieciowy. Liderzy uczą ludzi, jak zostać liderami w biznesie – to jest niezwykle ważne.

**Jakie cechy charakteru powinien posiadać dobry lider?**

**R.K.** Po pierwsze powinien ustalić reguły, dobrze je wprowadzać i sam ich przestrzegać, ponieważ, gdy nie ma reguł, biznes się rozpada. A więc lider musi być silny, ale musi także robić to, czego sam wymaga od innych. Musi pracować tak, jak inni i robić to, czego wymaga od swojej grupy. Lider powinien być kimś,

z kogo można brać przykład. Ludzie powinni chcieć być takimi, jak on. Tutaj trzeba być dobrym liderem i świetnym nauczycielem, nauczyć innych, jak być takim, jak ty. W świecie wielkich korporacji oczekują, żebyś został na dole. Natomiast w sprzedaży bezpośredniej liderzy chcą, abyś piął się w górę i został jednym z nich. Dlatego niezbyt lubię świat korporacji, ponieważ tam jest tylko jeden lider. Natomiast w marketingu sieciowym oczekuje się, by było ich jak najwięcej.

**K.K.** Kolejną cechą dobrego lidera jest umiejętność dodawania ludziom odwagi. Liderzy w marketingu sieciowym dają ci wsparcie i zachęcają, byś osiągnął to, czego pragniesz. W firmach marketingu sieciowego ci, którzy są na górze, chcą, żeby ci się powiodło.

**R.K.** Jeśli ktoś boi się, co powiedzą przyjaciele, network marketing nie jest dla niego. Taka osoba powinna znaleźć sobie pracę na etacie. Najważniejszą cechą lidera jest to, że lider będzie cię prosił, żebyś był lepszy niż jesteś.

Niebawem cały, 40-minutowy wywiad ukaże się na płycie DVD. Będzie również dostępny w formie artykułu w najbliższym numerze „NETWORK magazynu”.

■ Opracowała Kamila Król

foto: „NETWORK magazyn”