JAK ZAČÍT
multi level marketing
strašák nebo příležitost ?
Bestseller
v Čechách a na Slovensku
Ivo Toman

JAK ZAČÍT

multi level marketing

strašák nebo příležitost?

IVO TOMAN

TAXUS International s.r.o., Praha
Tel.: 800 182 987 (8001TAXUS)
© IVO TOMAN 1995
Počítačová sazba a graf cká úprava: MASHA Press, s.r.o., Bratislava
Návrh obálky: Alena Vojnarová
Vytiskla tiskárna: FINIDR, s. r. o., Český Těšín
33. vydání

MÁTE UŽ DÁREK PRO SVÉ PŘÁTELE A RODINU?

Věnujte tuto knihu svým nejbližším.

Znáte nabídku dalších knih a nahrávek Iva Tomana?

Objednávky a informace na těchto adresách:

TAXUS International s.r.o.
Na Pankráci 49, 140 00 Praha 4
Tel.: **800 182 987** (8001 TAXUS)
E-mail: taxus@taxus.cz
www.taxus.cz
www.Jak-Vydelat.cz
www.MarketingovaPsychologie.cz
www.SkoleniIvaTomana.cz

TAXUS International, s.r.o.
Letecká 22, 831 03 Bratislava 3
Tel.: **0800 182 987** (08001 TAXUS)
E-mail: taxus@taxus.sk
www.taxus.sk
www.Ako-Zarobit.sk
www.MarketingovaPsychologia.sk
www.IvoToman.sk

O B S A H

Proč vznikla tato kniha ... 5
Úvod ... 8
Nové možnosti ... 9
Myšlení zákazníka ... 12
Proč je MLM fenoménem naší doby? ... 14
Multi-level marketing ... 18
Budování sítě ... 24
7 úloh sponzora ... 27
1. Vlastní cíl ... 28
2. Jmenný seznam ... 31
3. Plánování času ... 35
4. Pozvání ... 38
5. Prodejní rozhovor ... 41
6. Dosledování ... 47
7. Argumentace ... 51
Nemám peníze ... 53
Nemám čas ... 55
Nasytí se trh ... 56
Mám málo známých ... 57
Je to hra, pyramida, podvod ... 58
Už jsem se spálil ... 60
Krachne to, nemůže to fungovat ... 61
Manžel, manželka mi to nedovolí ... 62
Nevěřím si, nebudou mi věřit ... 63
Nehodím se na to ... 64
Pozitivní myšlení ... 65

PROČ VZNIKLA TATO KNIHA

Od počátku mého působení v multi-level marketingu (dále jen MLM) slýchávám o problémech, které mají lidé vstupující do našeho obchodu. I já jsem je měl, ale po delší době jsem zjistil, že jsem si je vytvářel sám. Dělal jsem to tak dlouho, až mi má sponzorka řekla:

„V MLM můžeš najít jen tři věci:

1. PROBLÉMY
2. VÝMLUVY
3. PENÍZE

Co chceš? Vyber si."

Má odpověď byla jasná: „Chci peníze!"

„Potom zapomeň na první dvě věci a dobře mě poslouchej. Nedělej problémy a nedovol to ani druhým. Nevymýšlej si žádné výmluvy, vše u nás děláš dobrovolně a neposlouchej ani výmluvy druhých.

Raději se jich zeptej, zda je někdo nutí. A začni už konečně se mnou vydělávat peníze. Já tě to naučím! To, co tě naučím, ty budeš pak učit dál své spolupracovníky. Pak s nimi budeš učit jejich další kolegy a ... a tak dál."

Od té doby se můj život začal měnit. Změnilo se hodně, ale stále vidím, že spousta mých kolegů není schopna změnit jednu jedinou věc. A to je naučit se dlouhodobě a stále progresivněji vydělávat peníze, přičemž jim v tom nic nebrání. Jediné, co jim brání vydělávat peníze, jsou oni sami a jejich myšlení, které není schopno opustit zaběhané stereotypy.

Po mnoha diskusích se svými kolegy jsme došli k názoru, že většině lidí chybí praktický návod, jak rozjet svůj obchod a jak se naučit sponzorovat své první kolegy. Na knižním trhu máme již literaturu, která výborně popisuje teorii MLM. Je zde literatura, ve které se dovíme o historii MLM, o psychologii prodeje a jednání se zákazníky. Máme zde příběhy úspěšných - těch, co to dotáhli až na vrchol. Ale mně a mým kolegům zde stále něco chybí.

Když jsme začínali, dělali jsme spoustu chyb. Cestou pokusů a omylů jsme se dostali tam, kde nyní jsme. Spoustu času jsme však přitom ztratili a mnoho našich kolegů neušlo ani zlomek cesty, kterou si předsevzali ujít. Hodně začínajících spolupracovníků i teď tápe a po ně-

kolika neúspěšných pokusech neví, jak dál, a jejich počáteční nadšení rapidně upadá.

Zjistili jsme, že nám zde chybí praktický návod, jak mají tito lidé na počátku postupovat. Naše bílé místo na mapě MLM je „KUCHAŘKA“, podle níž by mohli nováčci začít „vařit“ svůj vlastní obchod.

Velice dobře víme, že teorie MLM a marketingu vůbec je důležitá, ale aby si noví spolupracovníci nedělali více problémů, než je třeba, hledali jsme cestu, jak jim první kroky v našem skvělém obchodě usnadnit.

Výsledkem je tato kniha. Za pomoci přátel jsme vytvořili naši kuchařku, ve které nenajdete žádné teoretické statě a vědecké rozbory, žádné složité propočty a srovnávání různých firem či různých výrobků distribuovaných pomocí MLM. Zato zde najdete praktické návody pro začátečníky..... plán činnosti pro ty dole ve struktuře.

Tak jako v kuchařce najdete konkrétní a přesný postup, jak se dostat k cíli, tak i zde půjdeme postupně. V této knize jsou myšlenky a jednotlivé postupy upraveny tak, jak má probíhat proces poznání každého spolupracovníka v síti.

Spousta z nás dělá tento obchod složitější, než ve skutečnosti je.

Na první pohled je jasné, že vysvětlovat nováčkovi, jak bude řídit svých 2000 spolupracovníků, je hloupost, když je v systému teprve týden. Stejně tak vysvětlovat mu, jak to je s mezinárodním sponzorováním, když ještě ani pořádně nezačal sponzorovat souseda.

Přestože to víte, děláte to.

Proč?

???

Protože tak, jak postupně vnikáte do tajů svého obchodu, snažíte se všechny své vědomosti předat dál. To je chvályhodné. Ale pozor! V dobré kuchařce také není napsáno: „Nasýpejte to tam úplně všechno najednou a pak to vařte, jak dlouho chcete.“

Pokud vždy vše, co se dovíte, vložíte do obchodního rozhovoru (některé firmy, zabývající se MLM, obchodní rozhovor nazývají plán nebo marketingový plán), dojde k následujícímu. Za týden budete mít více informací o svém systému, za další týden ještě více informací, a pokud se to budete snažit předat svému klientovi vše najednou, pak

si zapište za uši, že v jejich hlavách nebudou krásné vyhlídky na podnikání s vámi, ale chaos. Čí vinou?

???

Vaší!

Vývoj všeho jde od primitivního přes složité k jednoduchému. Představte si plachetnici a její vývoj. Na počátku nejspíš bylo plavidlo z několika k sobě připevněných kmenů a na něm jedna plachta (primitivní). Ve středověku ohromné trojstěžníky s desítkami plachet (složité) a dnes již jsou plachetnice s jedinou plachtou naklápěnou pomocí počítače (jednoduché). I Vaše mysl a poznání tohoto obchodu se vyvíjí stejně. První informace o MLM způsobila, že jste měli jen mlhavé primitivní poznatky o dané problematice. Časem, pokud budete chtít, se zavalíte tolika informacemi, že nevíte, jak je zvládnout. Zde je obrovské nebezpečí, že v praxi u souseda v jeho obývacím pokoji nebudete dělat to, co máte. Půjdete na to složitě, budete hovořit o všem možném, jen to hlavní vám bude unikat. To hlavní je, že tam jste kvůli penězům. Kdo nedělá MLM pro peníze, ať tuto knihu dá do sběru.

Teď asi namítnete, že zde je důležitá přítomnost sponzora. Ale ruku na srdce. Je s vámi váš sponzor stále? Je každý sponzor perfektní? Pokud je perfektní a je s vámi stále, jak dlouho ho budete využívat, nebo, a to je velice časté, dokonce zneužívat?

???

Ne vždy bude s vámi váš perfektní sponzor, aby vás to potřebné pro vaši práci naučil. Pak můžete sáhnout po své „KUCHAŘCE“

Nečiním si nejmenší nárok na to, abych výše popsanou zákonitost o vývoji změnil. Všichni si to složité v nás musíme prožít. My sami si musíme vlastním procesem poznání srovnat myšlenky a stanovit, co vlastně chceme a jaká je cesta k cíli. Pokud ale přečtení této knihy pomůže tento proces poznání a pak i vydělávání peněz urychlit, pak tato kniha splnila svůj účel.

Ú V O D

Všechno má svůj řád. I tvůj osud.

Vstoupil jsi do našeho obchodu a založil jsi svou firmu. Jsi v ní sám a máš ideály. První noci možná špatně spíš. Špatně spíš, protože jsi ve svých představách na druhé straně zeměkoule za své peníze, protože se vidíš v těch nejlepších šatech, nejlepších autech a sám sebe přirozeně vidíš v tom nejlepším světle.

Časem opět špatně spíš, protože tebou nabízený obchod nikdo nechce. Za nic na světě nejsi schopen přesvědčit ty „ignoranty“, o kterých sis myslel, že to jsou tví přátelé, že právě teď jim nabízíš to nejlepší na světě. Že už nikdy nebudou mít takovou šanci. Že právě teď dělají největší chybu, neboť neběží okamžitě pro peníze a nesepisují s tebou smlouvu.

Časem se ti podaří získat první spolupracovníky do své sítě a opět špatně spíš. Lidé pod tebou nepracují tak, jak si přeješ, a navíc nevíš, jak ten vznikající chaos pod tebou ukočírovat.

Pak se ti časem podaří vybudovat svou síť. Dostaneš se blíž k vedení firmy a zase začneš mít špatný spánek. Nevíš, jak přesvědčit majitele firmy, aby upravili pravidla tak, aby se tvůj obchod lépe rozšiřoval. Vedení nechce, a proto zase špatně spíš.

Znáš to? Pokud děláš MLM, tak to určitě znáš!

Chceš spát klidně? Chceš, aby tví spolupracovníci spali klidně? Pak čti dál a je jedno, jestli děláš MLM už rok nebo jeden den.

Za svůj klidný spánek děkuji SPONZORCE KATCE.

NOVÉ MOŽNOSTI

Jako tvůj sponzor ti musím hned na úvod říci, že MLM je založen na duplikaci. To, co uděláš, budou dělat i tví spolupracovníci, a proto si dávej pozor na to, co děláš. A také to vyžaduj po svých spolupracovnících. Náš obchod je založen na učení a ty budeš dobrým učitelem neboli sponzorem, když dodržíš několik pravidel. Chceš být úspěšný?

Ano?

V tom případě si znovu přečti předchozí odstavec. Základem je, že to, co teď budeme na následujících stranách spolu probírat, ty budeš učit své spolupracovníky.

Nejdříve ti vysvětlím základní filozofii a myšlenky šíření síťového prodeje (MLM). Až pochopíš zákonitosti MLM, dovíš se něco o psychologii a myšlení zákazníka. Bez toho nemůžeš začít. Pak tě naučím sedm úloh sponzora, které ty budeš okamžitě praktikovat na svých spolupracovnících. Nakonec ti odhalím něco o tvém myšlení a také o mém. Jak a proč jsem já vstoupil do tohoto fantastického obchodu.
Už sis určitě všiml, že ti tykám. Svým spolupracovníkům tykám a přesně tato slova, která tu píši, používám. Ber to tak, že jsi první den v našem obchodě a já jsem tvůj sponzor a začínáme společnou cestu za našimi cíli.

Vše má svůj řád. Možná jsi někdy přemýšlel, že spousta lidských osudů je vlastně skoro stejná. Jeden takovýto typický osud ti představím.

Představ si, že si začínáš budovat svou kariéru po ukončení studií. Nemáš protekci, a proto začínáš dole (nazveme to 1. stupeň kariéry). Nad tebou je mistr (2. stupeň kariéry). Máš ctižádost, chceš výš. Nic ti nebrání, mistr jde za dva roky do důchodu. Ty jsi chytrý a víš, že nahoru to jde nejlépe po mistrových zádech. A tak mu pochlebuješ, nosíš lahvinky na jeho výročí, všude ho chválíš. On si toho samozřejmě všimne a časem tě možná sám doporučí na své místo. A už se blíží tvůj den. Mistr jde za pár dnů do důchodu. Pomalu se už šušká o tobě jako o jeho nástupci a najednou ti představí ředitelova kamaráda z mládí jako nového mistra. Tvého mistra! Místo abys poroučel, budeš poslouchat. Navíc ti bude poroučet někdo z místa, které mělo být přece tvoje místo. Ty ses dva roky snažil a teď tohle. Připadáš si jako hlupák.

Nevadí. Bojuješ dál. A tak se ti po nějaké době podaří stát se mistrem. Jsi na druhém stupni kariéry a nad tebou je vedoucí provozu (3. stupeň kariéry).

Opět absolvuješ cestu plnou ústupků, osobních obětí a ponižování proto, aby nakonec na místo vedoucího provozu dosadili náměstkova švagra. Zase vypadáš jako hlupák.

Takový osud určitě znáš. Jen se podívej pořádně kolem sebe!

Líbí se ti to?

???

Ukáži ti jiný osud. Představ si, že pokud získáš určitou produkci, třeba 10 jednotek, budeš automaticky mistrem bez ohledu na vztahy mezi tebou a tvými nadřízenými. Ty prostě postoupíš po splnění úkolu a basta.

Pokud získáš spolupracovníka a on má také nějakou produkci, pak ty máš nárok na provizi z toho, co přinese tvůj spolupracovník firmě. Pokud součet tvé produkce a produkce kolegů, které jsi získal pro firmu, přesáhne další předem stanovenou hranici (50, 300,... jednotek), pak opět postupuješ dál a dál ve své kariéře.

Ale to není všechno. Každý vyšší stupeň kariéry pro tebe znamená také vyšší výdělky. Samozřejmě, pokud se snažíš. Ale to je přece jasné. V životě je vždy něco za něco. Za více snahy je zde ale více peněz, což v případě normálního zaměstnání často není pravda. Je všeobecně známo, že ředitelova milenka bere většinou více než ten nejsnaživější dělník.

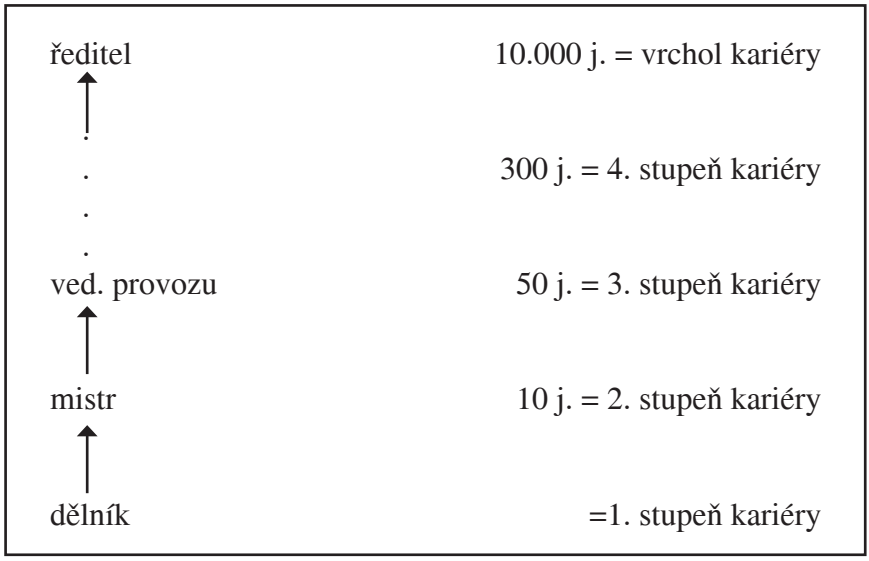
Navíc, v tomto druhém případě, ty sám si zvolíš svého mistra, vybereš své dělníky. Sám stanovíš čas, kdy se staneš mistrem, vedoucím provozu i ředitelem. Jen na tobě a na tvých výsledcích bude záležet.

Už se ti v normálním zaměstnání stalo, že za tebou přišel tvůj ředitel a po pozdravu ti řekl, že se strašně těší na chvíli, kdy budeš na jeho místě? Že ti to moc přeje a že ti bude ze všech sil pomáhat, abys ty, zrovna ty, byl co nejdříve na jeho místě? Řekl ti také, že tě za to ještě odmění?

U nás se to stává každý den.

???

Jak se ti tento řád líbí?



Na počátku každé cesty je první krok. Vyjdi!

Nemusíš ten krok udělat. Pokud jsi rozhodnut dál nejít, nevadí. Je to tvá věc, tvé svobodné rozhodnutí. Chci ti jen ukázat, kam jdu já. Chci jen, abys věděl, o co přicházíš.

Pokud vyjdeš, chci, abys věděl, kam jdeš a proč tam jdeš.

Já ti mohu ukázat jen cíl a směr k cíli. Dále postup, jak se vyhnout překážkám vnějším i překážkám v tobě samém. Jak tyto překážky zvládat, pokud už na ně narazíš. Dále tě mohu poučit, jak správně načasovat postup na cestě k cíli. Ale za ruku tě k tomuto cíli nedovedu a tvou práci za tebe taky dělat nebudu.

Ani úspěch ti nezaručuji. To nemohu. Úspěch totiž závisí jen a jen na tobě a na tom, jak dlouho vydržíš šlapat po cestě vyšlapané mnou, tvým sponzorem. Já jen vím, kam ta cesta vede a vím, že tam je můj úspěch, mé štěstí... Může to být i tvůj úspěch a tvé štěstí...

JDEŠ...?

MYŠLENÍ ZÁKAZNÍKA

Podle psychologů každý z nás myslí hlavně na tři věci:
– na sex
– na peníze
– na smrt

Podíváme se tedy na peníze a na to, jak zařídit, abys docílil toho, že tvůj klient (zákazník) bude přemýšlet, jak vydělá nebo získá nějakou výhodu tím, že si pořídí tvou službu nebo produkt.

Dále si uvědom druhé pravidlo, na které přišli psychologové:
– všichni přemýšlíme z 95 % JEN O SOBĚ,
– ve zbývajících 5 % přemýšlíme o věcech kolem nás, ale zase jen ve vztahu k sobě.

Co z toho pro tebe plyne? Pokud budeš mluvit o sobě a o tom, jak budeš vydělávat, pravděpodobně nevyděláš nic. Musíš dát jasně najevo, že tvůj zákazník vydělá. On je důležitý, ne ty. Vzpomeň si na heslo NÁŠ ZÁKAZNÍK, NÁŠ PÁN!

Pokud si od tebe jakýkoli zákazník tvé zboží neodebere, není to jeho vina. Většinou to není ani tvoje vina. On jen uznal za vhodné nepořídit si to. Tvá vina to může být tehdy, pokud jsi svůj produkt nenabídl dobře. Kde budeš asi dělat nejvíce chyb?

1. Nemluv o sobě, ale mluv o svém klientovi. On totiž myslí na sebe, ne na tebe. Jeho ego je v obchodě důležitější než tvé. Proto jej podporuj.
2. Za jakoukoliv cenu vzbuď zájem klienta. Nemysli si, že pokud někdo vydrží sedět dlouhou dobu a poslouchat tvůj přednes, že má zájem. Možná je jen slušný. Víš, co uděláš, když tě něco zaujme? Zatajíš dech a posloucháš. Pozoruj, jestli klient pravidelně, klidně dýchá. Pokud ano, pak zájem jen předstírá.
3. Dávej otázky. Tak jej vtáhneš nejspolehlivěji do děje. Nemluv ty, ať mluví klient. Přinejhorším takto nemůžeš nic pokazit a něco nevhodného říci.
4. Dialog není monolog. Pokud se na něco zeptáš, pak počkej, až odpo-

ví. I když často bude odpovídat hlouposti, neskákej mu do řeči. Nech jej vymluvit. Alespoň budeš přesně vědět, na čem jsi.

5. Pamatuj: zákazník má vždy pravdu, i kdyby ji neměl. Když se rozhodne odmítnout tvé zboží nebo služby, neměj mu to za zlé a hlavně se s ním nehádej. Snaž se ale zjistit, proč tvou nabídku nechce, abys příště mohl být na tuto možnost připravený.
6. Nabízej výhody. Technické detaily a vlastnosti produktu nikoho kromě skutečných expertů nezajímají. Zákazníka zajímá jednoznačně jen jedno: CO Z TOHO MŮŽE MÍT ON?
7. Nikdo nemá rád pocit, který zažíváme, když jsme do něčeho nuceni. Proto ani ty svůj názor nikomu nevnucuj. Stejně se ti to nepovede. Klient se zatne a už s ním nepohneš. Tato psychologická záležitost, kdy se klient zařekne a pak už nepovolí a nepovolí, se ale dá krásně zneužít (či využít - vyber si) ve tvůj prospěch. Zkus mu raději namluvit, že nemá na to, aby dělal MLM. On se zatne, že na to má. Ty tvrď, že na to nemá, a pokud se zatne dobře, pak často vstoupí do tvého systému proto, aby ti dokázal, že ten hlupák, co to neumí, jsi ty a ne on.
8. Vyhýbej se slovům „koupit“ a „prodat“. Lidé nechtějí slyšet ani slovo o tom, že by měli něco prodávat. Tak je v tom nech a nahraď tato slova slovem „pořídit“.
9. Stejně tak se vyhýbej slovu „musíš“. Klient je tímto výrazem tlačen do kouta. Tobě se také nelíbí v koutě!

To by na začátek stačilo. Pobavíme se nyní o MLM. Co je to za fenomén naší doby, že někteří jej přímo uctívají a jiní mu nemohou přijít na chuť?

PROČ JE MLM FENOMÉNEM NAŠÍ DOBY?

Klasický obchod, který znáš odmalička je založen na principu, že někdo něco koupí, zvýší cenu a pak to prodá. Jenže ty nechceš dělat normální obchod, ten znáš. Tebe láká něco jiného. Tebe láká skutečnost, že můžeš být odměněn i za to, že tvůj obchod dělají tvou zásluhou i jiní lidé a ty přitom nemusíš být zrovna majitelem obchodního domu. Ty přitom nemusíš mít ani svou kancelář. Nemusíš nikoho zaměstnávat a nést za někoho odpovědnost. Nikomu se nezodpovídáš. Prostě nemusíš nic a můžeš cokoliv.

Proč vůbec lidé dělají v MLM?

???

Odpovím ti příkladem. Představ si, že prodáváš vysavače (podotýkám, že jde o modelový příklad a stejně to bude platit i u aut, drogistického zboží, léků, jako u čehokoliv jiného). Pokud prodáš jeden vysavač přímým prodejem, tvá provize bude 1.000,- Kč.

Budeš se snažit a za měsíc prodáš 10 vysavačů a vyděláš 10.000,-Kč. Tento obchod můžeš nabídnout svému bratrovi. On také začne prodávat vysavače a za měsíc se s bratrem srazíte u dveří tvého a bratrova společného známého, třeba u bratrance. Kdo z vás mu to nabídne? Kdo se pokusí vydělat a kdo utře nos? To je situace, co? Dáte si do zubů? Vjedete si do vlasů...?

???

Vy jste konkurenti...!!

A přitom ty jsi naučil svého bratra dělat tento obchod. Ty jsi mu věnoval svůj čas a on ti oplácí tím, že tvůj trh ti zmenšuje a v podstatě tě obírá o tvé potencionální klienty. Budeš mít i teď stejnou chuť vysvětlovat mu všechny záležitosti spojené s prodejem vysavačů tak, aby on, tvůj konkurent, mohl lépe prodávat? Když on bude více prodávat, jak to bude s tebou?

???

To byla jedna možnost a nyní druhá.

Dostaneš „jen“ 500,- Kč za vysavač, který prodáš ty osobně. I bratr dostane 500,- Kč za prodaný vysavač. Ale ty ještě obdržíš 100,- Kč na-

víc, protože právě ty jsi dostal to tohoto obchodu svého bratra. Časem budeš mít více takových spolupracovníků ve svém obchodě, za které však právně neneseš žádnou zodpovědnost. Ty budeš brát provize za svůj vlastní prodej a také za všechny vysavače prodané pod tebou všemi tvými spolupracovníky podle klíče, který stanoví firma, pro kterou pracuješ.

Budeš vydělávat více peněz při první nebo při druhé možnosti?

???

Odpověď je jasná. Zpočátku budeš vydělávat více při první variantě, ale dlouhodobě tě čeká více peněz při druhé variantě.

Má to však jeden háček.

Pokud vydržíš!

Ovšem podnikání má být hlavně dlouhodobé. Je to tak?

U druhé varianty se navíc objevuje zajímavý aspekt. Budeš podporovat svého bratra, pokud budeš mít z jeho prodeje provize?

Budeš mu pomáhat, až se setkáte u bratrance?

???

Budeš!

Ze všech sil se budeš snažit, aby byl tvůj bratr úspěšný, budete spolupracovat, protože budete mít společný zájem, společný cíl.

Není to krásné?

???

Je!

Já už to vím a chci, abys to věděl i ty. Pokud nechceš vědět, jak je krásné pomáhat jiným a být za jejich úspěchy odměněn, nemusíš číst dále.

Už ti začíná svítat, že to, co ti tu nabízím, má něco co sebe? Mnohokrát v životě jsi už přemýšlel, jaké by to bylo, kdybys podnikal, jak by ses mohl mít dobře. Založíš si firmu, budeš svobodný. Už dlouho o tom přemýšlíš, ale stále se nemůžeš rozhodnout. „Proč chceš podnikat?“

???

Z několika důvodů:

– peníze
– svoboda
– společenské uznání
– zábava
– cestování

Je krásné, pokud se ti to povede. Ale nyní se zeptám jinak:
„Proč lidé nepodnikají?“
???

– nemají peníze
– mají strach
– jsou líní

Začnu od konce. Lenivost je vlastnost, kterou máme všichni. I já. Se svou lenivostí mohu něco udělat. S tvou nepohnu. Pokud ti vyhovuje večer sednout, zapnout televizi a s pivem v ruce nadávat na poměry kolem sebe, pak dál nečti. Seď si dál v křesle. Pokud ale máš v životě nějaké cíle a jsi ochoten svůj zadek z křesla zvednout pro naplnění těchto cílů, pak bys měl tuto knihu přečíst ne jednou, ale vícekrát a s tužkou v ruce.

Strach zde mít nemusíš, neboť máme mnoho materiálů a knih. Máme vypracovaný systém vzdělávání téměř v každé firmě, která rozšiřuje své produkty MLM. Máme to hlavní - sponzorování. Sponzor má morální i finanční zájem na tvých úspěších, takže já nevidím žádný důvod, proč bys měl mít strach.

Zbývají peníze. Určitě znáš někoho, kdo si půjčil miliony na rozjezd svého podnikání. Žádáme to po tobě?
???
Počáteční investice na podnikání v MLM není velká v porovnání s tím, kolik potřebuješ v jiné činnosti. Kolik tě bude stát zřízení prodejny potravin? Kolik tě bude stát výrobna konfekce, zahájení taxislužby?
???
A pokud by se ti přece jen nedařilo, nic se neděje. Máš přece produkt firmy, který využíváš.

Pobavme se o tom, jaké má být podnikání:
– legální
– korektní
– dlouhodobé
– s minimálními investicemi
– ziskové
– s rychlou návratností
– bezrizikové