

Содержание

Об авторах	17
Посвящение	18
Благодарность авторов	19
Введение	21
Что такое сетевой маркетинг	22
Об этой книге	23
Термины, используемые в этой книге	23
Кто вы, мой читатель?	24
Как построена эта книга	24
Часть I. Почему сетевой маркетинг работает	24
Часть II. Поиск и оценка возможностей	25
Часть III. Вступление в компанию и подготовка к будущим успехам	25
Часть IV. Торговые и маркетинговые навыки, полезные в сетевом бизнесе	25
Часть V. Великолепные десятки	26
Пиктограммы, используемые в этой книге	26
Куда двигаться дальше	27
Ждем ваших отзывов!	27
Часть I. Почему сетевой маркетинг работает	29
Глава 1. Сто миллиардов долларов в год — это серьезно	31
Удивительные факты о сетевом маркетинге	32
Как работает сетевой маркетинг	34
Почему сетевой маркетинг работает	35
Выбор карьеры дистрибьютора	36
Другие причины	36
Сетевые распространители не уходят на пенсию	38
Что посеешь, то и пожнешь	39
Глава 2. Будущее — за сетевым маркетингом	41
Сетевой маркетинг — это легальный бизнес	41
Схемы Понци — не сетевой маркетинг	41
Разница между финансовой пирамидой и сетевым маркетингом	42
Сетевой маркетинг начинает пользоваться уважением	43
Что ждет сетевой маркетинг	43
Интернет и сетевой маркетинг	44
Регулирование сетевого маркетинга — “за” и “против”	45
Перспектива консолидации сетевого маркетинга	46

Надо ли беспокоиться по поводу насыщения	46
Сетевой маркетинг — новая профессия	47
Глава 3. Хотите ли вы заниматься сетевым маркетингом	49
Успех начинается с желания	49
Как приобрести необходимые навыки для работы в сетевом маркетинге (и где бы то ни было!)	51
Как заставить сетевой маркетинг работать на вас	53
Все получится, если сильно захотеть	53
Все получится, если выработать правильное отношение	53
Все получится, если верить в успех	54
Все получится, если знать, чего хочешь	55
Все получится, если вам нужен дополнительный заработок	55
Все получится, если вы готовы учиться у других	56
Все получится, если вы готовы вложить деньги в карьеру дистрибьютора	57
Все получится, если вы подходите для этой работы	57
Все получится, если вы поймете, что сетевой маркетинг — не работа	58
“Зарплата” в сетевом маркетинге	59
Хорошо знакомая линейная прибыль	59
Остаточная прибыль — совершенно другая история	60
Часть II. Поиск и оценка возможностей	63
Глава 4. Сначала исследуйте, потом инвестируйте	65
Отрасли, в которых применяется сетевой маркетинг: прибыльность и репутация	66
Не все отрасли промышленности одинаково прибыльны	67
Остерегайтесь компаний с подмоченной репутацией	68
Сделайте правильный выбор и не пополняйте печальную статистику	69
Расспросите друзей и родственников	69
Бесконечные возможности в Интернете	69
Просмотрите прессу	70
Обратитесь к дистрибьюторам	70
Прежде чем вступать в компанию сетевого маркетинга, задайте несколько вопросов	70
Глава 5. Деятельность сетевой компании	71
Исследование необходимо	71
Что скрывается за логотипом	72
Проверив прошлое компании, вы сможете предсказать ее будущее	73
Поговорите с нужными людьми	74
Владельцы компании	75
Финансовое положение компании	76

Не сидит ли компания в долговой яме	77
Репутация компании	77
Цели компании	77
Цели и миссия компании	78
Правила работы компании	78
Вопросы, которые следует задать самому себе	79
Глава 6. Менеджмент компании	81
Как узнать, каков коллектив менеджеров	82
Знакомство с менеджерами	82
Честность коллектива	83
Для коллектива одного-двух человек мало	83
Успешный коллектив работает сообща	84
Хороший коллектив смотрит в будущее	84
Опыт — хорошая штука	85
Опыт в менеджменте	85
Опыт работы дистрибьютором	86
Помощь профессионалов	86
Отношение к служащим	87
Хорошие менеджеры — оптимисты	87
Справедливость и равные возможности — признаки хорошего руководства	88
Вопросы, которые надо задать себе после проведения исследования	88
Глава 7. Товары и услуги компании	89
Что продавать	90
Кому продавать	91
Спрос на товар	91
Множественные заказы	92
Потребительская ценность товара	92
Презентация товаров и услуг	93
Размеры рынка	93
Дополнительные факторы	94
Динамика рынка	94
Факторы, угрожающие рынку	95
Соответствует ли товар тому, что о нем говорят	96
Ничто не заменит качества	97
Гарантия на товары и услуги	97
Безопасность товара	97
Особенности товара или услуги	98
Телефон и факс	98
Интернет	98

Обучение в автомобиле	98
Курсы подготовки и презентации	99
Доставка товара: ваша ли это забота?	99
Вопросы о товарах и услугах, которые следует задать	100
Глава 8. Возможность заработать деньги	101
Оплата	101
День полочки — это праздник	102
Отличие 1. В сетевом маркетинге одна сделка оплачивается несколько раз	102
Отличие 2. Дистрибьютор получает прибыль и от работы своей сетевой организации	103
Основные компенсационные планы	104
Бинарный план	105
Многоуровневый план	106
Ступенчатый отрыв	108
Матрица	109
Выбор компенсационного плана	110
Поиск сбалансированного платежного плана	112
Справедливость оплаты дистрибьюторов	112
Разумные требования к закупке товара дистрибьюторами	112
Помощь новым дистрибьюторам	113
Создание хороших условий для частично занятых дистрибьюторов	113
Золотые наручники для опытных сотрудников	114
Оценка платежного плана	114
Вопросы, которые следует задать перед вступлением в компанию	116
Часть III. Вступление в компанию и подготовка к будущим успехам	117
Глава 9. Подготовка к старту	119
Сетевой маркетинг — это не хобби	119
Необходимые приготовления	119
Выберите юриста	120
Выберите бухгалтера	120
Выберите направление развития бизнеса	121
Сотрудничество с партнерами	121
Способности партнеров	124
Поиск компромисса	124
Работа на дому	125
Рабочий график	126
Преодоление одиночества	127
Убедите других, что вы все-таки работаете	127
Учет доходов и расходов	129
Помощь компании	129

Глава 10. Что делать после подписания контракта	131
Подготовьте себя и своих близких к работе	131
Цели — основа достижения успеха	132
Дальновидность	134
Знакомство с сайтом компании	134
Овладейте необходимыми навыками	134
Организация рабочего места	135
Общение с наставником	137
Разберитесь в принципах работы компании	137
Знакомство с набором	138
План быстрого старта	138
Говорите, не молчите	139
“Вы что, смеетесь?”	140
Глава 11. Работа с дистрибьюторами	143
Три причины, почему нужно строить свою сеть	144
Выбор дистрибьюторов	144
Отбор кандидатов на место в вашей сети	145
Поиск “энергичных сотрудников”	145
Обучение дистрибьюторов	146
Применяйте Золотое правило Зига	146
Сделайте так, чтобы дистрибьюторы стали воплощением товара	147
Разработайте график обучения	148
Как мотивировать дистрибьютора на долгосрочное сотрудничество	150
Мотивация деньгами	150
Мотивация целью	150
Мотивация признанием и похвалами	151
Часть IV. Торговые и маркетинговые навыки, полезные в сетевом бизнесе	153
Глава 12. Узнайте своего клиента	155
Самая большая ценность для сетевого маркетолога	155
Привлечение клиента	156
Виды клиентов	157
Клиент номер один — вы	157
Ваша семья	157
Клиенты — участники бизнеса	158
Потенциальные клиенты	158
Клиенты-новички	159
Постоянные клиенты	159

Лучшим клиентам — лучшее	160
Преимущество разделения на ранги	160
Клиент не всегда прав	161
Глава 13. Ценность клиента	163
Издержки на привлечение клиента	164
Стоимость потенциальных клиентов	165
Определите возможную прибыль от клиента	166
Доход от розничного покупателя	166
Расчет средней суммы комиссионных от сделки	167
Расчет годового количества сделок с клиентом	168
Расчет суммы комиссионных от клиента в год	168
Расчет срока сотрудничества с покупателем	168
Расчет максимального дохода от клиента	169
Еще кое-что: превращение покупателя в дистрибьютора	171
Расчет дохода от дистрибьюторов	172
Расчет средней суммы комиссионных от дистрибьютора за сделку	172
Расчет количества сделок в год	172
Расчет срока сотрудничества с дистрибьютором	172
Глава 14. Искусство поиска клиентов	175
Создание базы данных потенциальных клиентов	175
Два основных решения	176
Где начинать поиск клиентов	177
Что продавать в первую очередь	178
Ускоренный поиск клиентов	180
Определите свой ближний рынок	181
Просите, чтобы вам давали рекомендации	181
Ищите источники потенциальных клиентов	182
Связывайтесь со своими потенциальными клиентами	183
Вы — представитель своей компании	185
Поступай с другими так...	186
Относитесь к отказу спокойно	186
Глава 15. Клиент принимает ваше предложение? Радуйтесь!	189
Некоторые люди ждут вашего предложения	190
Каждое “нет” — это шаг к возможному “да”	191
Постоянная работа с потенциальными клиентами	191
Продолжайте предлагать, даже если вам уже не хочется этого делать	192
Повторное предложение закладывает фундамент отношений	193
Повторные предложения раскрывают реальные потребности клиентов	193
Повторные предложения вызывают разные чувства	194

Повторные предложения работают	194
Приемы, полезные в работе с потенциальными клиентами	195
Новые технологии облегчают работу с потенциальными клиентами	196
Автоответчики не знают усталости	196
Веб-сайты работают за вас	197
Просьба о помощи — еще один способ привлечения клиентов	199
Продолжайте работу с потенциальным клиентом — не опускайте руки	200
Глава 16. Выбор способов привлечения клиентов	201
Создание собственного маркетингового плана	202
Выбор маркетинговых приемов	202
Блокнот для деловых записей	202
Средства маркетинга: познакомимся поближе	203
Брошюры	204
Аудио- и видеокассеты, компакт-диски	205
Сценарии телефонных разговоров	205
Визитки и бланки	205
Услуга внутренней связи	205
Сайты	206
Как можно скорее устраивайте встречу	206
Приглашение потенциального клиента к себе	206
Приглашение потенциального клиента на собрание дистрибьюторов	208
Глава 17. Маркетинговые приемы	211
Объявления в газетах и журналах	211
Покупка рекламных площадей	211
Текст объявления — возьмите готовый	212
Совместные рекламные фонды	212
Вам звонят, возьмите трубку	213
Телемаркетинг: “за” и “против”	213
Этикет телемаркетинга	215
Вам письмо	216
Преимущества почты	216
Недостатки	217
Создайте собственную адресную книгу	217
Содержание письма	218
Высказывайте свое мнение! Говорите громче!	219
Выступления перед организациями	219
Телевизионные выступления	220
Вы получили электронное сообщение	221
Не злоупотребляйте электронной почтой, не рассылайте спам	221
Отправляйте электронные сообщения родным и близким	222

Веб-сайт для сетевого маркетолога	222
Самообновляемые сайты вашей компании	222
Общие сайты	223
Глава 18. “Но я не хочу быть продавцом!”	225
Продавец — одна из самых почитаемых профессий	225
Торговые навыки требуют тренировки	226
Торговля требует подготовки	227
Продажа — это процесс, а не событие	228
Как установить доверие	229
Как узнать потребности покупателей	230
Как показать преимущества товара	231
Как убедить покупателя заказать товар	232
Трудная работа продавца	233
Глава 19. Навыки профессионального продавца	237
Почему люди не покупают ваши товары	237
Как создать доверительные отношения	238
Как создать хорошее впечатление	238
Вопросы как знак внимания	239
Вопросы приводят к увеличению количества сделок	240
Закрытые вопросы	241
Открытые вопросы	242
Наводящие вопросы	242
Чтобы продавать больше, мало быть просто хорошим продавцом	242
Качество №1: любовь к своим клиентам	242
Качество №2: любовь к своему товару	243
Возражения	244
Что делать с возражениями	245
Заключайте сделки	246
Глава 20. Довольные и лояльные клиенты	247
Постоянный клиент приносит больше дохода	248
Постоянство — залог лояльности	249
Лояльность покупателя	249
Эффект домино	249
Создайте хорошее впечатление при первом же знакомстве	250
Ожидания покупателей: как их удовлетворить и превзойти	251
Чего ждут от вас клиенты	251
Покупатели-помощники	253
Как поддерживать лояльность клиента	254
Как построить бизнес на рекомендациях	255

Жалобы покупателей	256
Быстрая реакция сохраняет покупателя	256
Хладнокровие тоже помогает сохранить покупателей	257
Часть V. Великолепные десятки	259
Глава 21. Десять качеств успешного маркетолога	261
Они мечтатели	261
Они не “пытаются”, они делают	262
Они умеют учиться	263
У них есть кураж	263
Они созидатели	264
Они во всем ищут хорошее	264
Они всегда в порядке	265
Они мотивированы	265
Они настойчивы и терпеливы	266
Они вкладывают в дело свою душу	266
Глава 22. Десять полезных советов	269
Работайте на бизнес, а не в бизнесе	269
Организируйте КБН — Клуб бывалых и находчивых	270
Не переставайте учиться	271
Не будьте пассивным, действуйте!	271
Празднуйте свои победы	272
Не вините себя в поражениях	273
Ищите возможность помочь другим	274
Ежедневно давайте себе установки	274
Упорядочьте свою жизнь	274
Сделайте успех привычкой	276
Глава 23. Десять вопросов о сетевом маркетинге, которые вы хотите задать	277
Много ли денег нужно, чтобы стать сетевым маркетологом?	277
Придется ли мне ежемесячно покупать товары?	278
Придется ли мне хранить товар, чтобы потом доставлять его клиенту?	279
Придется ли мне работать полный день?	279
Это еще одна пирамида, не так ли?	279
Сетевой маркетинг — это ведь не настоящий бизнес?	280
Сетевой маркетинг и многоуровневый маркетинг — это одно и то же?	280
Как часто мне придется посещать собрания?	280
Плохо ли, если мой супруг (супруга) не участвует в бизнесе?	281
Если сетевой маркетинг так распространен, почему я редко слышу о нем в СМИ?	281

Глава 24. Десять шагов для достижения быстрого успеха в сетевом маркетинге	283
Найдите хорошую компанию и вступите в нее	283
Вступайте в сетевой бизнес с намерением преуспеть	284
Выберите наставника	284
Получив стартовый набор, свяжитесь со своим наставником	285
Научитесь одному приему поиска возможных клиентов и пользуйтесь им	285
Научитесь делать презентацию товара	285
Проведите свои первые презентации с помощью наставника	286
Ежедневно рассказывайте о своем бизнесе трем-четырем возможным клиентам	286
Посещайте всевозможные собрания	287
Учитесь, учитесь и еще раз учитесь	287
Приложение. Словарь терминов	289
Предметный указатель	295