

## УСПЕХ ДЛЯ ДРУГИХ

Ваши доходы и накопленный вами опыт определяет количество и качество предоставляемых вами услуг.

Делая свою официальную бизнес-презентацию, обеспечьте успех для других. Посетите тех людей, которые добились успеха в вашей вышестоящей структуре, и выслушайте все, что они могут вам посоветовать. Наблюдайте, как они проводят презентации, и с их разрешения примите участие в некоторых из них. Если они разработали для вас специальный материал, используйте его. Позднее проводите презентации самостоятельно, в соответствии с индивидуальностью вашего характера. Не экспериментируйте в начале своего пути, используйте проверенные методы и опыт других.

Если вы слишком стесняетесь проводить презентацию самостоятельно - не спешите. Попросите ваших вышестоящих сделать это для вас. Единственное ограничение, которое существует для вашего успеха и совершенствования - это то, которое вы сами себе устанавливаете. Оглянитесь вокруг, и вы увидите много вещей, которые должны быть сделаны. Не ждите, пока вас попросят. Если вы сделаете своей привычкой постоянно искать возможности брать на себя новые задачи, вы сразу расширите свое знание бизнеса и станете таким ценным лидером, что всем сотрудникам и лидерам будет на кого равняться.

Научитесь «презентировать» как можно скорее, так как бинарная продажа - это лидирующий бизнес.

Каждый, кто в состоянии говорить, может выступать публично. Вот некоторые из уроков, которые я усвоил.

### Речь должна быть простой

Аудитория должна почерпнуть из вашего выступления одну или две основные идеи. Одну или две. Не десять и не двадцать. А именно: возможность экономии с помощью дисконт-карт и предложение личного международного бизнеса. Если вы не можете выразить в одном или двух предложениях то, что хотите донести до слушателей, значит вы плохо представляете, о чем хотите рассказать, и слушатели не поймут вас.

### Действуйте по плану

Не важно, длинна или коротка ваша речь, вы должны разложить по порядку (принцип поэтапности действия): с чего начать, какие основные мысли выделить и чем закончить.

### Вот еще несколько советов:

- Говорите стоя и ни на что не опирайтесь

- Выберите место, где вы будете стоять
- Энергично пройдите к выбранной вами точке
- Смотрите на слушателей, покажите, что ощущаете их интерес к себе, - но не теряйте времени зря
- Дайте понять, как вы рады, что они здесь. Скажите это им прямо, с первых же слов: «Я давно ждал этого момента...»
- Начинайте двигаться при первом же удобном случае
- Искренне улыбайтесь

В книге Тома Шрайдера «Большой Эл раскрывает секреты», одном из лучших помощников для начинающих, рекомендуется использовать 5 главных разделов, где каждый раздел продуман так, чтобы ответить на один из пяти главных вопросов, которые обычно задают ваши гости на презентациях.

### 1. Индустрия сетевого бинарного маркетинга

Ваши гости захотят узнать, что представляет собой бинарный маркетинг. Мы сообщаем им, что занимаемся сетевым маркетингом, который имеет стабильное место в распространении товаров и услуг почти 60 лет, что этот вид является альтернативным способом доставки товаров и услуг потребителю. Первая часть презентации занимает не более 1-2 минут.

### 2. Наша компания

Нашего слушателя не интересует полный финансовый отчет или диплом руководителя отдела. На самом деле он хочет знать название компании, есть ли у руководства опыт, растет ли компания и есть ли у нее планы на будущее. Другими словами, хорошие ли там ребята. Слушатели хотят знать всего несколько фактов и на этот вопрос можно ответить в течении одной минуты.

### 3. Продукт - система скидок «Passport to Advise»

Слишком часто восторженный новый НП рассказывает слушателю не о том, что тот хочет и должен услышать, а о том, что приводит в восторг его самого. Ему кажется, что слушатель должен услышать все свидетельства, все данные проверок, все особенности каждого продукта Р.Т.А. Это усыпляет слушателей, если только у них не хватает мужества уйти. То, что на самом деле хочет знать слушатель, - это следующее: *Есть ли у продуктов компании рынок? Продаются ли они?* А факт - это более 16 тысяч клиентов компании «Passport To Advise» за 2 года на территории стран бывшего СССР.

Вся наша презентация продукта должна концентрироваться не на цене, качестве и тестовых отчетах о системе скидок, а на том, как ею пользуются люди и получают от этого удовольствие. Ответим на вопросы, которые помогут новичку решить, подходит ли ему этот бизнес. Эта часть презентации системы скидок должна занимать 5-8, но не более 10 минут.

#### 4. Обучение

• В этом заключается разница между профессиональной презентацией вовлечения и патетическими любительскими попытками описать возможности бизнеса. Самый важный вопрос для слушателя, на который должен ответить человек, проводящий презентацию: *Смогу ли я это делать? Получится ли у меня?* Если мы хотим, чтобы он принял участие в распространении нашей программы скидок, мы отвечаем на эти вопросы, объясняя нашу программу обучения. Она включает в себя специальную литературу, книги, аудио записи (проект завершен во втором полугодии) и т. д. Все это можно приобрести в офисах компании. Во всех городах, где работают НП, проводятся регулярные учебные встречи. В наиболее крупных региональных центрах проводятся обучающие семинары для менеджеров компании, а начиная с 3 уровня - курс обучения в США. Вы должны уговорить новичка начать процесс обучения, но это только его первая часть. Вторая часть - это обучение на примере. Мы просим его назначить несколько встреч и понаблюдать, как мы вписываем нового НП в его структуру. Мы строим его организацию, а он только наблюдает! Что может быть легче для него? Он может чувствовать себя более свободно, видя, как его спонсор строит его организацию. Таким образом, он поймет, что он тоже может делать этот бизнес. С такой уверенностью он готов участвовать в нашей программе еще до того, как услышит о деньгах.

За эти очень важные 5 минут обучения можно привлечь больше дистрибьюторов, чем за время всех других частей презентации, вместе взятых.

#### 5. План бинарного маркетинга

Последние 5-10 минут нашей презентации посвящены разъяснению того, каким образом действует наша программа компенсаций. У нашего слушателя будет 3 вопроса на эту тему.

*Сколько это будет мне стоить? Что я должен буду делать? Сколько я смогу заработать?*

Если сразу ответить на вопрос «Сколько это будет мне стоить?», то слушатель облегченно вздохнет. Многие «продавцы» дотягивают до самого конца презентации, а затем буквально обрушивают цену на слушателей. Мы же сделаем наоборот. Не нужно заставлять слушателя в течении всей презентации мучиться этим вопросом.

На вопрос «Что я должен буду делать?» мы уже ответили в разделе, посвященном обучению: «Просто назначь несколько встреч и наблюдай, как мы строим тебе организацию!»

«Сколько я смогу заработать?» Это совсем легко. Все это ясно описано в «Manual» нашей компании. Мы просто делаем краткий обзор нашего плана бинарного маркетинга и приводим несколько примеров, каких результатов добились некоторые люди в нашем бизнесе.

Вот и вся хорошая профессиональная презентация, и обычно она занимает не более 25-30 минут.

Все, что нужно сделать в конце - спросить у человека, подходит ли это ему или нет. Нет причин долго обдумывать. Нет причин давить на слушателя.

#### Обратите, пожалуйста, внимание еще на некоторые правила.

• Если вы пытаетесь казаться не тем, что вы есть на самом деле, скорее всего, это у вас не получится

• Если вы сами не находите текст презентации забавным, не рассчитывайте вызвать смех у слушателей

• Если вас не трогает то, о чем вы говорите, это не найдет отклика аудитории. Роберт Фрост однажды написал: «Не плачет писатель, - не плачет читатель». Это относится и к оратору

• Вы говорите потому, что знаете нечто такое, чего не знают слушатели. Поделитесь с ними. Заставьте аудиторию испытать чувства, которые владеют вами - преимущества и выгоду, радость и энтузиазм. Говорите от первого лица - это действенный прием. Если речь и не очень гладкая, то это даже лучше. Выступать публично не труднее, чем есть палочками или завязывать галстук. Как только вы узнали, как это делать - непостижимое становится простым.

Принимайтесь за дело... и поразите слушателей.

Директор Сетевого маркетинга  
Аgris Чукурс

