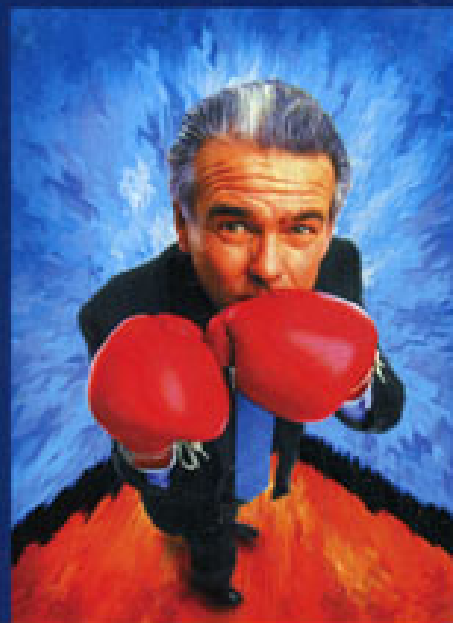


БИБЛИОТЕКА *MLM*

РУССКИЙ ПУТЬ В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ



Стратегия
и тактика
победителя

С. Н. Попов

С. Н. Попов

**РУССКИЙ
ПУТЬ
В СЕТЕВОМ
МАРКЕТИНГЕ**

«Издательство ФАИР»

Москва

2008

УДК 339.1
ББК 65.290-2
П58

Попов С. Н.

П58 Русский путь в сетевом маркетинге / С. Н. Попов. — М.: «Издательство ФАИР», 2008. — 272 с. — (Библиотека MLM).

ISBN 978-5-8183-1366-5

В своей работе С. Н. Попов, создавший магию притяжения денег, опять удивляет своих поклонников необычными методами работы в сетевом маркетинге, ориентированными исключительно на отечественный рынок. Несмотря на парадоксальность некоторых приемов, примеры, приведенные автором из опыта сетевиков, использующих эти приемы, показывают, что его методика безотказно работает на благо тех, кто решил попробовать свои силы в сфере MLM.

Для широкого круга читателей.

УДК 339.1
ББК 65.290-2

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-5-8183-1366-5

© Попов С. Н., 2003
© Серия, оформление.
«Издательство ФАИР», 2008

ОТ АВТОРА

ЗАЧЕМ НУЖНА ЕЩЕ ОДНА КНИГА О СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ

О сетевом маркетинге сегодня написано много книг. В этих книгах даны подробные описания преимуществ деятельности сетевого человека перед другими видами бизнеса, приведены рекомендации, как рекрутировать новых членов и как переживать отказы, как преодолевать трудности, связанные с уходом лидеров в другую сеть вместе со своей структурой и т. д. Психология поведения сетевого человека в процессе его производственной деятельности разработана подробно уже потому, что она должна быть легко дублируема едва ли не любым человеком, случайно попавшим в маркетинговую сеть. Ведь расширение сети строится на вовлечении в бизнес людей самых разных возрастов, разных уровней образования, разных способностей. Поэтому психологические навыки сетевого человека унифицируются, чтобы стать одинаково действенными для любой категории граждан. Казалось, западные психологи сделали все, чтобы человек, пришедший в сетевой бизнес, достиг успеха. Оказалось, не все.

В процессе многочисленных консультаций, которые мне приходилось проводить с сетевиками, я обращал внимание на повторяющиеся рассказы

своих клиентов. К примеру, «... я и моя подруга дали рекламные объявления одного и того же содержания, в одну и ту же газету, более того, объявления поместили на одной и той же странице. Оба они хорошо видны читателю, но результат рекламной кампании у меня и подруги оказался диаметрально противоположным: ее просто осаждают желающие использовать и распространять предлагаемый продукт, а мне не было ни одного звонка. Почему?»

Другой пример. «Ко мне и к моему коллеге-сетевнику после проведенной рекламной кампании обратились десятки человек, выразивших желание прийти на презентацию, однако к моему коллеге действительно пришли все, кто обратился, да еще и в сопровождении своих родственников и друзей, а ко мне после шквала звонков вообще никто не пришел. В чем дело? Мы совершили одни и те же действия, а результат оказался разным».

Для того чтобы ответить на этот вопрос, приходится, как правило, встречаться с сетевиками и подробно с ними беседовать. И уже в результате беседы выясняется, что, несмотря на одни и те же производимые действия, на одни и те же произносимые слова, несмотря на одни и те же цели, тот сетевик, к которому пришла удача, что-то делал не так, как тот, кто потерпел фиаско. Причем под понятием «что-то» подразумевается не физический поступок, а поступок мысленный. Но именно его не совершил тот сетевик, который потерпел фиаско.

Цепь мысленных поступков, сопровождающих физические действия, которые составляют смысл коммер-

ческой деятельности, называется магией притяжения денег.

Сегодня магия покрыта вуалью таинственности, а сам маг рисуется нам или человеком не от мира сего, обладающим какими-то сверхвозможностями, доступными далеко не каждому, или удачливым шарлатаном, хорошо зарабатывающим на доверии граждан, неизменно жаждущих чуда. Но и то, и другое представление о маге и магических возможностях — это издержки урбанизации. Для наших предков, не успевших в полной мере вкусить плодов научно-технического прогресса, обращение к магии было таким же повседневным явлением, как для нас, детей XX века, пользование электричеством или Интернетом.

В те давние времена, когда человек не был защищен от превратностей судьбы, он мог рассчитывать лишь на самого себя и порой не столько на свою физическую силу, сколько на скрытые возможности своего организма — интуицию, а главное — на умение так организовать собственную мысль и собственные чувства, чтобы отвести от себя, казалось бы, неминуемую беду или неотвратно заставить сбыться то, что жаждет душа.

Приемы, позволяющие управлять процессами окружающего мира исключительно посредством манипуляций с психической энергией, были тайным знанием. Эти знания передавались, как правило, в рамках семьи от старшего поколения младшему и назывались *домашней церковью*. Сегодня эти знания сохранились в сельской местности, часть из них собрана и систематизирована учены-

ми, занимающимися культурно-исторической психологией и фольклором.

С точки зрения специалистов из области культурно-исторической психологии слово *магия* берет начало от слова *могу*. «Могёшь — значит маг» — приводит точку зрения ковровских стариков Алексей Андреев в своей книге «Магия и культура в науке управления». Вот и получается, что тот сетевик, который осознанно или нет использует в своей практике магию, и впрямь «могёт» зарабатывать деньги, а тот, кто ее не использует, — нет. Хотя оба человека в одинаковой мере совершают те поступки, которые им рекомендуют основатели сетевого бизнеса.

Я прочитал много книг, посвященных как работе в сетевом маркетинге, так и в бизнесе вообще, написанных европейскими и американскими авторами, — книг, ставших бестселлерами на рынке психологической литературы. Но ни в одной из них я не встретил даже намека на берущие начало от бытовой магии приемы, которые позволяли бы неотвратимо приближать желаемый исход дела, то есть приток денег в свой кошелек. Западные психологи призывают людей проделывать фантастическое количество работы, чтобы достичь вышеописанного результата, в то время как этот же результат может быть легко достигнут, если сетевик параллельно с физическими действиями будет всего лишь организовывать свою мысль и свои эмоции так, как это рекомендует делать русская домашняя церковь.

У читателей, наверное, возникает вопрос: почему рекомендации титулованных западных специалистов не содержат в себе советов из кладезя народ-

ной мудрости? Ответ дать легко. Для этого достаточно вспомнить костры инквизиции, пылавшие в Средние века по всей Западной Европе и унесшие жизни тех, кого обвиняли в колдовских способностях. Именно эти способности, именно знания о них и составляли *домашнюю церковь немцев, французов, испанцев, англичан* и других народов, населяющих сегодня западную часть Европейского континента, народов, которые затем заложили основу цивилизации Нового Света. Поэтому *ответ на вопрос: почему европейские и американские специалисты не используют в своих рекомендациях приемы бытовой магии, прост — этого пласта знаний просто нет в культуре стран Запада.*

Истории было угодно распорядиться так, что эти знания сохранились на территории трех современных славянских государств: России, Украины и Белоруссии. Часть этих знаний собрана и систематизирована специалистами по культурологии, что-то апробировано мной на практике в условиях современного российского бизнеса. По результатам этой апробации написана книга «Думай и богаче по-русски» (М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002). На индивидуальных консультациях я рекомендовал приемы русской домашней церкви предпринимателям Турции, Германии, Саудовской Аравии, Израиля. Результаты приводили иноплемеников в восторг. И без того удачливые бизнесмены, пройдя, по их выражению, «русскую школу», становились людьми, абсолютно уверенными в себе и своем бизнесе, а главное — для достижения результата они тратили теперь куда меньше сил, нервов и времени. Тогда я

почувствовал, как не хватает этих исконных знаний всем моим соотечественникам, кто занимается предпринимательской деятельностью.

Сегодня в России одним из самых массовых видов предпринимательской деятельности является сетевой маркетинг. Поэтому настало время применить большую часть приемов, изъятых из кладовых мудрости наших предков, именно в этом виде бизнеса. Применить для того, чтобы дать людям возможность еще быстрее и еще проще достигать тех целей, ради которых они связали свою жизнь с бизнесом.

Вот для чего, по моему мнению, нужна еще одна книга о сетевом маркетинге.

Часть I

**ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ
ЭТАП**

ГЛАВА 1

КАК ПОЛЮБИТЬ СЕТЕВОЙ БИЗНЕС

Любой человек, по той или иной причине ставший сетевиком, конечно же, в первую очередь узнает, что сетевой маркетинг сегодня представляет людям самые большие возможности для осуществления своей мечты. Это и высокие заработки, которых можно достичь уже через несколько месяцев работы, и возможность распоряжаться временем по своему усмотрению.

Бесспорно, кого-то сетевой маркетинг соблазнил своими перспективами, но кого-то жизнь просто втолкнула в этот вид бизнеса. Что греха таить, многие из нынешних сетевиков предпочли бы сидеть на работе от звонка до звонка, получать гарантированную заработную плату. Пусть небольшую, но лишь бы ее хватало на жизнь. Но обстоятельства складываются так, что кому-то отказано в таком теплом месте, а кому-то за сидение от звонка до звонка предложена такая заработная плата, что остается умереть с голода да и только. И тогда эти люди делают попытку проявить себя в многоуровневом маркетинге, то есть начинают работать в сетевом бизнесе.

И вот первые шаги в сетевом бизнесе: звонки родственникам и знакомым, спонсирование их товаром и разъяснения его преимуществ, уговоры стать дист-

рибьютором, то есть начать новую жизнь. Скептические улыбки, выслушивание отказов. И наконец, первые продажи товара, рекрутирование первых деловых партнеров. Главное, на что обращает внимание начинающий сетевик, так это на то, что его заработки в сети явно не соответствуют тем физическим и психическим затратам, которые он предпринял. «Да, если бы я так вкалывал у себя на фабрике или в научно-исследовательском институте, — думает он, — я бы давно имел в десять раз больше денег. А тут пришлось чуть ли не месяц крутиться как белка в колесе, чтобы продать, например, единственную зубную щетку, цена которой полдоллара».

Наш начинающий сетевик, конечно, осведомлен, что проданная им зубная щетка, возможно, послужит поводом для подписания договора с новым членом сети, из которого впоследствии можно будет сформировать лидера, затем создать даунлинию и жить на доходы, которые обеспечат тебе люди, вошедшие в нее и т. д. Но вся эта заманчивая перспектива так далека и так призрачна, а усталость и неудовлетворенность результатом своего труда в настоящий момент буквально пронизывает организм, что попросту нет стимула повторять весь производственный процесс вновь и вновь. Появляется подозрение, что тебя обманули, то есть завлекли в сеть лишь для того, чтобы, посулив золотые горы, использовать твой человеческий потенциал для продвижения производимого за рубежом товара на российский рынок. И тогда появляется острое желание не оказаться лохом, а значит, навсегда уйти из сетевого маркетинга самому и на протяжении всей жизни «открывать глаза» знакомым и незнакомым людям на этот вид коммерческой деятельности, объясняя, что это обман да и только.

ТАК ЧТО ЖЕ ТАКОЕ СЕТЕВОЙ БИЗНЕС НА САМОМ ДЕЛЕ: И ВПРЯМЬ ОБМАН, ЦЕЛЬ КОТОРОГО ПРОДВИГАТЬ НА РЫНОК ТОВАР ПОСРЕДСТВОМ АДСКОГО ТРУДА ЛЮДЕЙ, КОТОРЫМ В СИЛУ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ НЕКУДА БОЛЬШЕ ПОДАТЬСЯ, ИЛИ ЧТО-ТО ДРУГОЕ?

Каждый из нас еще со школьной скамьи знает закон физики: для того чтобы сдвинуть с места предмет, требуется куда больше сил, нежели для того, чтобы в дальнейшем заставить этот предмет скользить по поверхности. Этот закон действует и в сетевом маркетинге: чтобы начать зарабатывать большие деньги, нужно на первых порах поработать с полной отдачей сил, причем, возможно, за очень скромное вознаграждение.

«НО ОТКУДА ВЗЯТЬ ЭТИ СИЛЫ?» — спросит меня человек предпенсионного возраста, уволенный со своего предприятия по сокращению штатов, или мать-одиночка с двумя детьми на руках, оказавшаяся волею судеб в сетевом маркетинге, и на этот вопрос надо будет дать ответ, иначе эти люди будут навсегда потеряны для сетевого маркетинга.

И впрямь психоэнергетический потенциал новобранцев чаще всего оказывается очень низким. Люди, ранее работавшие на госпредприятии или «под хозяином», просто не способны работать с той самоотдачей, которую требует сетевой маркетинг на начальной стадии. Психика бывших наемных рабочих не готова принимать в награду за свой титанический труд веру в грядущее процветание, а не звонкую монету, которую они гарантированно получали 5-го и 20-го числа каждого месяца.

Как помочь такому человеку? Западные психологи рекомендуют укреплять в нем веру. Но, с моей точки зрения, проще помочь обрести энер-

гию, которой этот человек не обладал ранее. Тогда начинающий сетевик будет щедрее себя расходовать и меньше оглядываться на то, не слишком ли он перетруился за те деньги, которые в настоящий момент ему причитаются.

ВОПРОС О НАЛИЧИИ ИЛИ ОТСУТСТВИИ ЭНЕРГИИ — ЭТО ГЛАВНЫЙ ВОПРОС, КОТОРЫЙ ЛЕЖИТ В ОСНОВЕ ФОРМУЛЫ УСПЕХА В ЛЮБОМ ВИДЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Поэтому, чтобы удовлетворить любопытство читателей — откуда именно можно черпать дополнительные силы, придется, образно говоря, «танцевать от печки», то есть обратиться к картине построения мира в том виде, в каком она виделась нашим пращурам еще в дохристианские времена.

У наших предков существовало поверье, что у каждого человека есть своя Звезда. С этой Звезды его душа приходит на Землю, и на эту Звезду она возвращается, выполнив свое земное предназначение. Звезда — это не обязательно небесная твердь, это просто некий особый мир. Этот мир имеет интересы на Земле (возможно, еще где-то), и эти интересы он стремится отстаивать. Именно с этой целью человеческая душа посылается со Звезды на Землю с конкретной программой поступков. Эта программа называлась у древних славян Долей. Если человек совершит весь перечень предначертанных ему поступков, не берясь судить о том, добрые они или злые, — хорошо. Если часть поступков осталась несвершенной — плохо, потому что их должны будут вместо него совершить его потомки, что усложнит их жизнь.

Итак, читатель уже догадался: чтобы человеку снискать поддержку своей Звезды, надо в земных деяниях соответствовать тому пути, который ему предначертан.

Для этого необходимо понять, что же такое Доля.

Пожив как следует на Земле, человек твердо убеждается в том, что далеко не все находится во власти его «могу». В последнее верят только самонадеянные люди. С годами человек констатирует: существуют такие двери, в которые ты не войдешь, сколько ни старайся, но существуют и другие, которые откроются лишь перед тобой и захлопнутся перед остальными. Словом, есть некая ощутимая в повседневной жизни сила, которая управляет нашими возможностями. Имя этой силы — Доля. (Сегодня в этом смысле чаще употребляется слово Судьба.)

В такой науке, как физика, совокупно с понятием «сила» существует понятие «энергия». Что обращает на себя внимание во взаимодействии человека со своей Долей — резкий прилив сил, испытываемый в тот момент, когда человек только собирается сделать шаг в предначертанном свыше направлении. В этот момент человек забывает про усталость, недомогание, отсутствие сна.

Откуда же берутся эти силы? Из какого источника вдруг течет в организм избыточная энергия? Ведь в этот момент не принимается допинг, да и не употребляется пища. Ответ напрашивается сам собой.

Мысли человека всегда тесно связаны с его чувствами. А чувства — это всегда нейровибрации. Вибрации образуют волны. Волны, уходя в пространство, сталкиваются с волнами такой же частоты, какие излучает организм в момент принятия судьбоносного решения. Как известно из курса физики, если две волны одинаковой частоты сталкиваются в пространстве, возникает явление волнового резонанса. Оно сопровождается огромным выбросом энергии. В результате именно этого явления человек ощущает колоссальный прилив сил в

тот момент, когда только собирался сделать шаг в направлении, которое ему предназначено его Звездой. Да, это волновой резонанс. Других незримых источников энергии, реагирующих на движение психики человека, в природе нет.

Из этого утверждения вытекает следующее: где-то в пространстве в виде электромагнитных колебаний записана жизнь каждого из нас. Эта электромагнитная запись и есть Доля. А попадание в прокрустово ложе предназначанных нам событий наделяет нас избыточной энергией в колоссальных масштабах.

В связи с этим в моей памяти воскресает такой пример. Однажды ко мне за консультацией обратилась женщина. На первый взгляд ее вопрос показался мне очень странным:

— Сергей Николаевич, почему я ничего не ем?

— А вы плохо себя чувствуете, у вас нет аппетита?

— Нет, что вы. Чувствую я себя хорошо, как никогда! А вот есть и впрямь почему-то не хочется. Только чай пью, и то чаще всего без сахара.

— Может, у вас нет физической нагрузки?

— Наоборот. Целый день ношусь как сумасшедшая.

Я внимательно разглядывал свою гостью. На вид ей лет пятьдесят. Высокого роста, сухошавая, женщина отнюдь не выглядела изможденной. Напротив, весь ее организм излучал такую энергию, такую мощь, какую редко встретишь даже у молодого человека. Мне захотелось узнать, почему она отказывается от пищи. Я стал задавать вопросы:

— А давно вы перестали нуждаться в еде?

— Да приблизительно год назад.

— И что этому предшествовало?

— Я перестала сидеть дома со своими внуками и устроилась работать кинологом.

— Вам нравится работа?

— Очень. Это была мечта всей моей жизни — выводить новые породы собак. Долго не получалось посвятить себя профессии — вышла замуж, сначала детей воспитывала, затем внуков. А потом решила: все, хватит. Надо когда-то пожить и для собственного удовольствия. И устроилась в соответствующую лабораторию. Теперь сама удивляюсь: то из Англии надо новую породу собак достать, то из Португалии — хлопот много, а силы откуда-то берутся!

Я объяснил посетительнице, что с того момента, когда она начала работать кинологом, ее жизнь на земле стала соответствовать замыслам ее Звезды. Теперь ее каждодневные мысли и устремления попадают в резонанс с предназначенной ей Долей. Эффект резонанса дает так много энергии, что пища — основной источник сил — оказывается почти не нужна. Древние считали, что жить в соответствии со своей Долей — это сохранить в себе силу и бодрость до самой смерти, а затем органично перейти в другой мир.

Добрая половина людей, которым на индивидуальной консультации я говорил о необходимости взаимодействовать со своей Долей, просили меня: «Сергей Николаевич, укажите, каково для меня предназначение Звезды — от рождения и до смертного часа — и я буду следовать ему, не отступая ни на шаг, наполненный неземной энергией». Я отказывался это сделать. Дело в том, что прочесть одним разом замысел Звезды на всю свою жизнь — от рождения и до смерти — нельзя, это можно сделать только на отдельные короткие отрезки времени. Причем это лучше всего делать самостоятельно. И вот каким образом.

Для прочтения пути, предначертанного вам свыше, за основу надо принять следующее: день — модель человеческой жизни. Утро — юность, полдень — зрелость, вечер — старость, ночь — смерть, а затем следующая реинкарнация, то есть новый день — это новая жизнь. На протяжении этой мини-жизни длиной в день самостоятельно разгадать замысел Звезды довольно просто. С этой целью, проснувшись, надо задать себе один-единственный вопрос: какие мысли, шаги или поступки доставят мне удовольствие в течение предстоящего дня (то есть вызовут приток энергии)? Интуиция незамедлительно подскажет ответ. Этот ответ может быть любым — от стремления просветить человечество до желания съесть мороженое строго определенного сорта. Предупреждаю: ответ может привести вас в замешательство. Например, вам надо сегодня ехать и рекрутировать в сеть своего родственника, а удовольствие вам доставляет мысль совершить вояж по магазинам модной одежды. Не отказывайтесь от вояжа! Наоборот, постарайтесь совместить окрыляющее вас желание с тем поступком, который вы обязаны совершить. Может, вам удастся посетить магазин до деловой встречи? Может, после нее? А может, вам назначить эту деловую встречу прямо в доме модной одежды? Одним словом, ни в коем случае не отказывайтесь от окрылившего вас желания. В течение дня необходимо, по мере возможности, следовать за ним. Мысли и поступки, направленные на его реализацию, неизменно будут наполнять вас силой, как попутный ветер наполняет паруса фрегата. Тому, кто работает в сетевом бизнесе, этим приемом пользоваться

легко — ведь он сам хозяин своему времени и своим поступкам. Используя переполнившую вас энергию Звезды, вы легко решите свои производственные проблемы: реализацию товара и рекрутирование новых членов сети.

Но вот день закончился, вы отошли ко сну, а за сном последовало пробуждение. Помня, как вдохновенно, а главное, плодотворно прошел предыдущий день, какой-нибудь наивный человек с целью преуспеть в дне грядущем пытается воскресить в памяти те мысленные ориентиры, которые в предшествующий день сулили ему удовольствия, а значит, наполняли организм энергией, и с удивлением обнаруживает, что прилива энергии нет. Увы, вчерашние цели ни за что не вдохновят вас сегодня. Для нового дня источником сил станут только новые удовольствия. Их надо почувствовать в своей душе утром, а затем неуклонно стремиться их обрести в течение своей новой мини-жизни длиной в день.

Итак, подведем итог. *Согласно опыту наших предков, главным и необходимым условием повышения энергетического потенциала является попадание человека в контекст замысла его звезды. Иными словами, сетевик, проснувшись, должен в первую очередь попасть в резонанс с Долей, предначертанной вам на этот конкретный день.*

Станислава по жизни всегда вел отец. Отец же в свою очередь последние восемь лет проработал в сетевом маркетинге, распространяя пищевые добавки. Эта работа настолько увлекала его, что другого вида деятельности для своего сына он не видел. Для приличия дал пареньку возможность поработать год-другой где попало, а затем, когда стало ясно, что больших успехов Станислав там

не достигнет, приказным порядком определил сына в маркетинговую сеть. Ослушаться родителя Станислав не мог, потому что аргумент у последнего был солидный — кулак. А силы отец был и впрямь недюжинной. Мне паренек жаловался на то, что, оказавшись дилером сети, он вдруг почувствовал полный упадок сил. В свои 23 года он, проснувшись утром, чувствовал, что просто не может встать с постели, а не то что обзванивать по списку десятки человек и встречаться с кем-либо для продажи товара. «Я лежу на спине, смотрю в потолок и не нахожу в себе сил встать, — рассказывал юноша. — Так продолжается до тех пор, пока не войдет отец и не сбросит меня с кровати или же даст оплеуху. Но конфликтовать с отцом — вещь неприятная, к тому же опасная. Поэтому я стал искать способ, как самостоятельно находить в себе силы для жизни и для работы в сетевом маркетинге. И случайно натолкнулся на такую закономерность. Если, проснувшись, я нарисую у себя в голове какую-то приятную перспективу грядущего дня: поездку за город, покупку кроссовок или просмотр нового видеофильма, то тогда я наполняюсь силами и самостоятельно вскакиваю с постели до прихода в комнату отца. Более того, в такие дни мне кажется, что работа в сети не так уж и неприятна, я даже получаю от нее удовольствие. А когда случаются заработки, я вообще ощущаю себя на седьмом небе от счастья, потому что мне кажется, что в этот день я и не делал-то особенно ничего (то есть не перетрудился), а тем не менее деньги нашли меня.

Итак, как же полюбить сетевой бизнес?

Наши предки считали, что человек любит свою работу лишь тогда, когда получает за нее

адекватное вознаграждение. Таким образом, симпатия или антипатия человека к какому-либо виду деятельности определяется тем, насколько произведенные им затраты в его представлении адекватны полученному результату. Если человек заработал требуемые деньги и при этом не устал, да еще и ощущает избыток сил, он такую работу любит. Если степень усталости человека во имя необходимых ему для жизни денег больше, чем он рассчитывал, труженик чувствует, что его обманули. И тогда он не любит свое дело. И старается уйти из него. Мы уже говорили, что для того, чтобы стартовать в сетевом бизнесе, сил расходуется неадекватно больше, чем результаты, полученные от труда. *Значит, для того чтобы полюбить свое дело, требуется повысить порог усталости. Это можно достичь только увеличением собственного энергетического потенциала.*

Для тех, кто связал свою жизнь с работой в маркетинговой сети, я предлагаю следующее упражнение.

Поставьте будильник на 15 минут раньше обычного. Первое, что вы должны сделать после пробуждения — это *усилием воли отогнать те мысли, которые связаны с вашими обязанностями*. Иначе эти мысли, скорее всего, приведут вас в состояние депрессии, и у вас возникнет полное нежелание вообще что-либо делать в этот день. Отгоните их от себя и немедленно *задайте вопрос, что именно в течение сегодняшнего дня доставило бы вам удовольствие*. И ждите ответа. Что бы вам ни пришло в голову, — будь то желание подписать в маркетинговую сеть всех жителей вашего микрорайона или мелочное желание най-

ти у уличных продавцов пирожок, начиненный капустой, и съесть его, — **немедленно предайтесь сладостным мыслям, как достичь заветную цель, причем обязательно в течение грядущего дня.** Когда план достижения цели готов, и вы получили удовольствие от его мысленного осуществления, вставайте с постели и принимайтесь за те коммерческие дела, которые должны быть осуществлены вами на протяжении дня. При этом всегда старайтесь улучшить возможность для реализации тех сладостных планов, которые вы построили еще лежа в постели, и если вам удастся их достичь, то достигайте их, если нет — то само движение к этой цели будет вселять в вас колоссальное количество энергии и позволит чувствовать себя не рабом обстоятельств, а дерзким бунтарем, осмелившимся жить в свое удовольствие наперекор требованиям повседневной жизни.

Проснувшись на следующее утро и отогнав от себя мысли о долге, ни в коем случае не надо пытаться вспомнить, какие именно цели и удовольствия генерировали в вас приток энергии в предыдущий день, ибо вчерашним целям, увы, не суждено будет окрылять вас сегодня. Новый день — это все равно, что новая жизнь.

В РЕЗУЛЬТАТЕ ПОДОБНОЙ РАБОТЫ МЫСЛИ ЧЕЛОВЕК РЕЗКО ПОДНИМАЕТ СВОЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЗА СЧЕТ ПОПАДАНИЯ СВОЕЙ МЫСЛИ В РЕЗОНАНС С ПРЕДНАЧЕРТАННОЙ ЕМУ ДОЛЕЙ.

Инга попала в маркетинговую сеть в результате сокращения штатов в научно-исследовательском институте, где работала после окончания вуза. В женщину основательно засело понимание, что деньги ей платят за то, что в девять часов утра

она уже сидит на рабочем месте, что ответит на 2—3 письма до наступления обеденного перерыва, что не задержится на обеде дольше положенного, напишет рекомендации какому-нибудь предприятию, как ему улучшить работу, которые, конечно же, никто не будет читать, а не то что следовать им, а главное, вовремя пересечет проходную, то есть не раньше, чем завершится восьмичасовой рабочий день. Именно за эту деятельность, сопровождаемую постоянными чаепитиями, болтовней с подругами в курительной комнате, 5-го и 20-го числа каждого месяца на протяжении 15 лет Инга получала деньги, которых ей хватало на жизнь.

Нельзя сказать, что она не уставала на работе. Но та усталость, которая свалилась на женщину после первого месяца работы в маркетинговой сети не шла ни в какое сравнение! Еще бы, ведь теперь ей приходилось с утра до вечера объяснять своим подругам и родственникам преимущества тех косметических препаратов, которые она распространяла, объяснять, как прекрасен бизнес, в который она ушла, и завлекать в него недоверчиво слушающих ее людей. Рабочий день теперь не ограничивался восемью часами, отдых в выходные и праздники — за собственный счет. Сумма, которую удалось заработать Инге за первый месяц адских трудов, равнялась той, которая необходима для одного похода в продуктовый магазин. Последнее обстоятельство буквально подкосило волю женщины. Она обратилась ко мне с просьбой ответить на вопрос: правильный ли путь в бизнесе она выбрала?

Скажу честно: далеко не все люди созданы для того, чтобы работать в сетевом маркетинге.

Есть такие, которым это категорически противопоказано. Но Ингу к категории последних отнести было никак нельзя. И тем не менее посетительница то и дело повторяла: «Я никак не могу заставить себя встать с постели, кому-то звонить, куда-то идти, кого-то уговаривать. А главное, у меня нет материального стимула. Если бы я с такой же интенсивностью работала в своем институте, давно была бы его директором, а то и министром своей отрасли, ездила бы на персональной машине, имела бы государственную дачу, квартиру, моя реальная зарплата (не по ведомости) позволяла бы мне жить на Канарских островах. Но то, что я получила в сети за свой адский труд, заставило меня разрыдаться. И не говорите мне о том, что через год такого труда я буду иметь зарплату в несколько тысяч долларов. У меня уже сегодня нет сил ничего делать».

«Диагноз вы себе поставили абсолютно правильно, — прервал я монолог посетительницы, — отсутствие сил. Но это вещь поправимая. Перестаньте думать о том, что вы должны кому-то звонить, куда-то идти, кого-то уговаривать. Спросите себя, что в течение сегодняшнего дня сможет доставить мне удовольствие. А дальше стремитесь этого удовольствия достичь. Когда вы были работником бюджетной сферы, вы не могли позволить себе такой роскоши, а работа в сети — пожалуйста! Это движение к удовольствию даст вам недостающие силы. А вместе с ними к вам придет удача, высокие заработки, а главное, радость от того, что вы можете распоряжаться жизнью по своему и только своему усмотрению — редкая возможность для большин-

ства людей и абсолютная реальность для того, кто работает в сетевом маркетинге». Дальше я пересказал Инге всю вышеизложенную методику.

Мы встретились через полгода. Передо мной сидела цветущая холеная женщина с неизменной улыбкой на лице. «У меня такое ощущение, что мне семнадцать лет! — щебетала она. — Это началось с того, как по вашему наущению я стала жить для собственного удовольствия. Просыпаясь утром, я больше не воскрешаю в памяти, кому сегодня должна предложить свой товар, кого убедить подписать контракт и т. д. У меня не возникает страха получить отказ, который, безусловно, обидит меня. Напротив, я просыпаюсь с мыслью, что новый день создан для того, чтобы сулить мне новые радости, и я мысленно выбираю, какой из них я должна отдать предпочтение. Теперь когда я выберу «радость дня», у меня появляется столько силы, что ее буквально некуда девать. Бывало, обзвоню в течение дня намеченный список, встречу с кем требуется и чувствую, что еще не израсходовала себя и давай звонить незапланированным людям, встречаться с ними, объяснять, уговаривать. И я не угомонюсь до тех пор, пока не избавлюсь от переполняющей меня энергии. Естественно, заработки мои стали такими, что дай Бог каждому, и нового дня жду как манны небесной, потому что в нем меня ожидают новые удовольствия, а значит, новые силы и новые деньги!»

ГЛАВА 2

ОТВЕТЬ: ЗАЧЕМ ТЕБЕ ДЕНЬГИ?

Чтобы притянуть к себе деньги в результате проделанных трудов, необходима энергия. Откуда ее взять, мы разобрались в предыдущей главе. Но наличие энергии — это хотя и необходимое, но, увы, недостаточное условие. Человек, занятый в сетевом бизнесе, напоминает насос: насос забирает, например, воду из одной емкости для того, чтобы перекачать ее в другую емкость; сетевик, в свою очередь, взамен предлагаемых им товаров получает с покупателя или от деятельности дистрибьютора деньги, а эти деньги он передает другому бизнесмену, но уже за его услуги или товары, например, держателю бутика за джинсы или директору строительной фирмы за квартиру и т. д. Чем острее желание сетевого приобрести чьи-либо товары или воспользоваться предлагаемыми кем-либо услугами, тем более рьяно он будет стремиться изъять деньги у окружающих его людей, то есть более интенсивно будет предлагать уже свой товар, тем больше сил он положит на то, чтобы заставить эффективно работать своих подопечных. Но если желания человека минимальны, то и количество осуществляемых им продаж будет невысоким, работа с сетью неэффективной.

В старину на Руси говаривали: «Тяжелая кольчуга плеч не гнет, гнет рабское рубище».

«Рабское рубище» сегодня — это отсутствие желаний материального характера. Человек не хочет иметь хороший дом, престижный автомобиль (и не один), не хочет дорого и модно одеваться, не хочет отдыхать с размахом и т. д. Причину отсутствия желаний можно найти в воспитании, которое многие из россиян получили в эпоху социализма, когда стремление иметь машину, дачу, приличную обстановку в доме, регулярно отдыхать, хотя бы в санатории, относилось к категории мещанской роскоши и повсеместно подвергалось осуждению.

Алина Борисовна пришла в маркетинговую сеть после увольнения из частной фирмы — не приглянулась директору и осталась без работы. В сети у женщины тоже не ладилось. «Нет у меня какого-то душевного подъема, нет куража, необходимого для этой деятельности», — жаловалась мне она. «А ради чего вы работаете?» — поинтересовался я. «Мне все-таки надо что-то есть, во что-то одеваться, чем-то платить за квартиру», — словно оправдывалась женщина. «Нет, такими мелкими целями вы себя не вдохновите на активную работу в сети. Это выживание, а не жизнь, — констатировал я. — А нет ли у вас амбициозных желаний? Например, не хотите ли вы кардинально изменить свои жилищные условия или хотя бы гардероб?» (Алина Борисовна была одета в ветровку, которую в 1985 году бесплатно выдавали тем, кто обслуживал Московский фестиваль молодежи и студентов.) «Нет, — отвечала женщина. — В семье и в школе меня учили, что счастье не в вещах. Мне говорили, что богатыми бывают только воры и другие нечестные люди». «А вы сегодня и впрямь думаете, что это так?» — спросил я. «Нет, не думаю, — ответила женщина, — у меня есть много

знакомых, которые честным трудом заработали себе и квартиры, и дорогой гардероб. Но когда я говорю себе: надо стать богатой, у меня тут же звучит в голове приговор моего учителя: Аля, ты — человек честный, а потому роскошь тебе ни к чему, а перед глазами встает старшая пионервожатая, которая одобрительно кивает головой. У меня тут же опускаются руки, и я ничего не могу с собой поделывать, чтобы заставить себя работать ради каких-то благ. Моя цель просто выжить». «Это рабская цель» — грустно констатировал я. «Понимаю, — согласилась женщина. — Но не могу оторваться от тех, кто меня воспитал. Что я только ни делала!» И тогда я вспомнил практику, которая, правда, принадлежит не славянам, а тем народам, которые бок о бок живут с нами и используют шаманизм.

Вы мысленно представляете себе поверхность Земли. В этой поверхности как бы существует отверстие. Данное отверстие ведет к центру Земли. В центре Земли, как утверждают шаманы, находится тотемное болото. Тотемное болото — это такое специфическое образование, где идут процессы превращения зла в добро, горя — в радость, негативных энергетик — в позитивные, отставания — в прогресс. Большинство существ, переполненных негативными эмоциями или стремлениями, тормозящими развитие человечества, изначально боятся очутиться в тотемном болоте, но единожды попав туда, испытывают неопишное блаженство и с того момента стремятся найти повод оказаться там вновь и вновь. Над болотом стоит туман, клубы которого достигают даже отверстия в поверхности Земли. У отверстия существует увесистая крышка. В начале психологического упражнения она открыта.

Вы мысленно заманиваете человека, затормозившего своими наставлениями ваше развитие, к вышеописанной дыре в поверхности Земли, а затем сталкиваете его вглубь. Совсем не обязательно, что он тут же упадет в тотемное болото. Он может уцепиться за края отверстия, может повиснуть на выступе, может вообще вдруг проявить способность летать как птица, одним словом, он будет стремиться не оказаться в тотемном болоте, а вырваться обратно на поверхность Земли, потому что все, что переполнено злом или тормозит прогресс, боится оказаться там. Но мы уже знаем, что этот страх напрасен. Поэтому вы мысленно успеете закрыть выход на эту поверхность крышкой. Невзирая на мольбы, крики, стоны надо удерживать крышку до того момента, пока ваш «воспитатель» не обессилеет и не сорвется вниз. Когда вы почувствуете, что он упал в темное болото, то неожиданно ощутите, что время как бы повернулось вспять: словно не было тех слов или поступков со стороны этого человека, которые оставили глубокий след в вашей душе, резко затормозив ваше развитие, загнав в угол ваши желания и ваши таланты. Мысленно продержите душу «воспитателя» в тотемном болоте 10—15 минут, после чего можете выпустить ее наружу. С этого момента вы не будете ощущать психологической зависимости ни от заложенной в вас кем-то программы, ни от самого человека, внушившего вам эти мысли. При очной встрече с таким человеком обратите внимание на его почтительное отношение к вам и вашим новым взглядам.

Алина Борисовна прибегла к вышеописанной практике, и через месяц я ее просто не узнал. Нет, за этот короткий срок она не стала миллионершей, она не купила квартиру, даже не приделась как

следует, но она стала другой изнутри: ее глаза сияли желанием. Женщина хотела получать радости от жизни: вкусно есть, красиво одеваться, с удовольствием отдыхать, нравиться мужчинам и так далее. Она уже не выживала, как раньше, а жила. А главное, она была готова тратить на эти соблазны свои деньги, те, которые ей предстояло заработать. А много зарабатывает тот, кто собирается много тратить. И у моей пациентки дела пошли.

На заре Октября Владимир Ленин призывал тот народ, который не погиб в гражданскую войну и не был изгнан за пределы России, к строгой экономии. Вслед за ним к экономии призывали и все другие лидеры социалистического государства. Уже после десяти лет воцарения капитализма в России я вдруг услышал «народную мудрость»: экономить — значит заработать. Это неверно. Для любого человека, занимающегося сетевым бизнесом или любым другим, существует один закон: ***много зарабатывает тот, кто собирается много тратить.***

Существует другая скрытая причина нежелания пользоваться предложениями окружающего тебя современного мира. О ней отдельный рассказ.

Так, Анастасия Петровна жаловалась мне на то, что ей никак не удастся заработать хоть каких-нибудь денег в маркетинговой сети. Женщина была двадцати четырех лет от роду, сероглазая, представительница знака Овна. Занималась она распространением «Гербалайфа». Именно здесь проявлялись все качества, заложенные в нее природой: высокая работоспособность, авантюризм, напористость. Но вот сколько бы Анастасия Петровна ни посвящала времени делу, материальных благ заработать она не могла. Я заинтересовался, на что именно хотела бы

потратить заработанные деньги эта женщина. Низкий уровень ее желаний поверг меня в отчаяние. Анастасия рассказала, что у нее есть несколько требований к жизни. Во-первых, она хотела бы заработать на комнату в коммуналке, так как живет с родителями. Заработать в ближайшие десять лет.

«А почему хотя бы не однокомнатную квартиру? И за год-полтора», — мысленно отметил я. Затем Настя рассказала, что обычно отдыхает с друзьями-туристами в палатках на берегу какого-нибудь озера или реки. «Грязь, комары, приготовление пищи на костре, мытье посуды в холодной воде, тяжелые рюкзаки, — жаловалась женщина, — поэтому когда наступает лето, я обычно стремлюсь заработать на путевку в какой-нибудь дешевенький пансионат где-нибудь подальше от Москвы, чтобы было подешевле».

«А почему не на курорты Турции или Испании?» — опять же отмечаю для себя я. Что касается гардероба, то моя собеседница также просила в своих мечтах едва ли не китайские шмотки вместо стильных французских или английских вещей. И меня это тоже насторожило — почему?

На все вопросы, заинтересовавшие меня, я попросил ответить саму женщину. Но она в ответ лишь пожала плечами и сказала, что сколько себя помнит всегда стремилась довольствоваться малым. «Это в вас заложено воспитанием?» — спросил я. «Да, нет, — ответила женщина. — Я выросла в обеспеченной семье». Я взглянул на ее пальцы. Средний палец правой руки был довольно сильно искривлен в первой фаланге.

— Откуда у вас эта деформация?

— Наверное, оттого что много пишу, — ответила Настя.

— Не думаю. Многие люди пишут куда больше вас, а этот палец у них идеально прямой, я думаю, что у вас искривление позвоночника — сколиоз.

— Правильно. А как вы догадались?

О существовании зависимости между деформацией пальцев рук и сколиозом мне рассказал известный московский костоправ Виталий Гитт.

Кости пальцев рук отражают общее состояние всей костной системы человека, — говорил он. — Если хоть один из пальцев не идеально прямой, значит, и в костной системе есть отклонения». Виталий Гитт объяснил мне также, почему у людей с деформированными пальцами рук заметно снижен комплекс требований к жизни.

Дело в том, что искривление позвоночника влечет за собой смещение бедренных и тазовых костей. Это чревато тем, что либо защемляются нервные окончания, либо один из внутренних органов, то есть печень, почка и т. д. начинают испытывать нежелательное воздействие со стороны костной системы. В результате этого либо в нервных окончаниях, либо во внутренних органах возникает боль. Острая боль обычно сигнализирует мозгу: в организме неполадки, надо принимать меры. Но если процесс защемления развивается медленно, как в случае со сколиозом, то мозг привыкает к болевым сигналам, считая их чем-то постоянным, нормальным и не пропускает в сознание. Это не значит, что болевые сигналы отсутствуют. Они просто оказываются за порогом восприятия. Но тем не менее боль-то есть! И организм с этой болью борется, расходуя часть своих сил. Воскресите в памяти ситуацию, когда у вас болит, например, зуб, а вам необходимо выбрать обои для ремон-

та своей квартиры. Вы что, станете выбирать самые лучшие, самые дорогие? Нет. Вы согласитесь взять едва ли не первые, которые вам предложат в магазине. Почему? Да потому, что сейчас у вас просто нет сил искать то, что вам действительно по вкусу. Ведь часть ваших сил отвлечена на борьбу с болью. У человека, страдающего сколиозом, происходит абсолютно то же самое, только боль он не чувствует, и тем не менее она отвлекает на себя часть его жизненных сил. Поэтому требования к жизни у такого человека сильно занижены. А значит, минимальны и его заработки.

Я пересказал все эти соображения Анастасии Петровне, посоветовав ей немедленно пройти курс лечения у костоправа. Через месяц я встретил женщину вновь. Она сияла. «Знаете, Сергей Николаевич, теперь я хочу от жизни все по максимуму: квартиру, машину, дачу, отдых на Канарах, плащ от Кардена и нисколько этого не стесняюсь. Но самое главное, теперь я буквально зубами вырываю из клиентов их деньги, а раньше я стеснялась на эти деньги претендовать».

Существует целая категория людей, у которых могут быть занижены требования к жизни вследствие ухудшения осанки — это кормящие матери. Ведь многие представительницы прекрасной половины человечества вынуждены заниматься сетевым бизнесом именно в результате появления ребенка. Нерадивость мужа или отсутствие такового заставляет вчерашнюю кормящую мать сегодня стать сетевиком. Но такие женщины часто забывают, что в период беременности из-за гормональной перестройки организма у них уменьшилось содержание кальция в костях, хрящи стали мягче,

из-за чего увеличилась вероятность нарушения осанки. К тому же могло произойти смещение 3-го и 4-го позвонков. Не следует забывать, что младенец проводил на руках у матери много времени, и именно тогда, когда позвоночник женщины был наименее устойчив. Все это могло привести к деформации костной системы женщины. Поэтому, если кто-либо из прекрасных дам решил прийти в сетевой маркетинг сразу после того, как произвел на свет ребенка, необходимо обязательно выяснить, не деформировался ли позвоночник во время вынашивания плода в период кормления. Если такие отклонения есть, следует немедленно пройти лечебный курс и лишь затем делать шаг в этот бизнес.

Именно такой случай имел место с Тамарой. Молодая женщина, выйдя замуж, быстро убедилась в том, что супруг собирается жить не иначе как за ее счет. Работать он не хотел, ссылаясь на то, что «мучительно ищет свое место в жизни», зато очень охотно пользовался теми деньгами, которые приносила в дом его молодая жена. Тамара разошлась с мужем, но в тот момент у нее уже был годовалый ребенок. Оставшись с малышом на руках, она не могла полноценно работать по своей прямой специальности — бухгалтер и была вынуждена искать другой вид деятельности. Так она попала в маркетинговую сеть, продвигавшую на рынок пищевые добавки. Но некогда активная и предприимчивая женщина после года, который она посвятила выхаживанию ребенка, вдруг обнаружила, что напрочь потеряла свои деловые качества. Ее заработки в сети практически отсутствовали. Она обратилась за помощью ко мне. Когда я спросил ее, на ка-

кие удовольствия жизни она хотела бы потратить заработанные в перспективе деньги, то услышал в ответ рассуждение о греховности земных благ и земных удовольствий. Когда я поинтересовался, откуда у молодой женщины такие взгляды, то узнал, что она последние полгода увлекается духовными практиками. Затем я услышал от Тамары, каким великим грехом является деятельность сетевиков: «Сами попав в яму, они стараются увлечь за собой как можно больше людей, для того чтобы не чувствовать себя простофилями», — говорила женщина.

После такой исповеди я был удивлен, что Тамара вообще что-то зарабатывает в сети, и тем не менее посоветовал ей обратиться к костоправу, предполагая, что в период вынашивания и выкармливания ребенка у женщины развился сколиоз, и именно он является причиной снижения энергетического потенциала женщины, что повлекло за собой снижение ее заработков. С Тамарой мы договорились встретиться вновь после того, как она пройдет полный курс лечения у костоправа. И вот этот день наступил.

«Как дела?» — спросил я заметно повеселевшую женщину. «После курса лечения у меня возникла потребность в новом занятии, — ответила Тамара, — я теперь по вечерам бегаю в спортзале». «Зачем?» — удивленно спросил я. «После избавления от сколиоза во мне вдруг пробудилось столько энергии, что она не дает мне уснуть, вот я и бегаю по спортзалу, чтобы избавиться от нее, иначе ночью не сплю», — последовал ответ. Услышав это, я думал, что рухну со стула. Человек мучительно искал, где взять жизненную энергию, а когда обрел ее, то не нашел ничего лучше, как избав-

латься от нее бегом перед сном! Когда я пришел в себя, то спросил Тамару, почему она не использует открывшуюся в ней энергию для того, чтобы повысить свои заработки в сетевом маркетинге? Ведь именно за такой помощью она ко мне изначально обращалась. Женщина ответила, что, видимо, вся причина в мыслях: ведь именно там укоренилось то мировоззрение, которое сформировали духовные практики — не искать смысла в земных удовольствиях, отдавать нажитое тем, кто нуждается в нем больше тебя. А с такими представлениями трудно зарабатывать деньги, особенно сетевому.

И вот тут я вспомнил крылатую фразу костоправа Виталия Гитта: *«Голова — это всего лишь не в меру разросшийся шейный позвонок».*

Действительно, в жизни человека все решает энергетика. Нет у человека силы, и его разум тут же найдет ему подходящую идеологию — подскажет, как жить, чтобы выжить: подставлять обидчику правую щеку, возлюбить своего врага, не терзать себя из-за отсутствия мирских благ и т. д. Но стоит организму человека откуда-то зачерпнуть энергию, как его разум немедленно направит эту энергию в созидательное русло, а для этого в первую очередь поменяет характер взглядов на жизнь, на себя, на окружающих людей. Человек будет стремиться подобрать себе такую философию, которая позволяла бы ему наказывать своих врагов, пользоваться земными благами, быть проворнее окружающих, когда дело касается денежной прибыли и т. д.

Поэтому когда мы находим для себя подходящую систему взглядов — это вовсе не плод духовных исканий, проделанных нашим разумом, это мировоззрение, которое соответствует нынешнему

энергетическому состоянию нашего организма. Измени это состояние в худшую или в лучшую сторону — и вслед за ним в ту или иную сторону изменится мировоззрение. Надо только дать себе правильное задание.

Все это я рассказал Тамаре и посоветовал ей подобрать такую систему взаимоотношений с окружающим миром, где она могла бы использовать открывшуюся в ней энергию на то, чтобы повысить свои заработки от работы в маркетинговой сети. Вместо того, чтобы бессмысленно сбрасывать эту энергию, бегая по вечерам в спортзале.

Через месяц женщина оповестила меня, что больше не посещает перед сном спортзал, а организует одна за одной презентации своего товара, ведет обучающие семинары в нескольких городах Подмосковья. «Я в конце дня просто с ног валяюсь и засыпаю как убитая, — рассказывала Тамара. — Мне ведь много надо себе купить, во многих местах побывать, а для этого надо много зарабатывать самой и заставлять эффективно работать своих деловых партнеров первой линии. Вот и верчусь как заведенная. Правда, сколько себя помню, я всегда такой была. Одно не пойму, с чего вдруг полгода назад бессребреницей стала?» «Из-за возникшего сколиоза, — ответил я. — Но сейчас, слава Богу, уже все позади!»

ГЛАВА 3

РАЗВИТИЕ АГРЕССИВНОГО ЭГОИЗМА

Так уж нас воспитали наши родители, старшие товарищи и прочие авторитетные люди, что *заработанные деньги мы должны израсходовать в первую очередь на нужды родных и близких нам людей*. Это утверждение возможно и правильно, но лишь тогда, когда есть что расходовать. А вот когда имеет место хроническое отсутствие денег, тогда Я РЕКОМЕНДУЮ ЗАБЫТЬ О СУЩЕСТВОВАНИИ НА СВЕТЕ КАКИХ БЫ ТО НИ БЫЛО ЛЮДЕЙ, КРОМЕ, КОНЕЧНО ЖЕ, САМОГО СЕБЯ.

Но этот шаг легче описать на бумаге, чем осуществить на практике. Ведь мы привыкли жить для людей. Но с чего-то все-таки надо начинать перестройку. А с чего? Ну конечно же, с медитации. Ведь что значит перестроиться? Это привыкнуть жить по-новому. Как выработать привычку? Многократным повторением поступков, ранее неизвестных. Правда, реальная жизнь не всегда позволяет нам сегодня поступать иначе, нежели мы поступали вчера. А вот в своей иллюзорной жизни — медитации — мы можем поступать как угодно. И таким образом привыкнуть вести себя по-новому.

Ида Васильевна работала в маркетинговой сети в фирме, занимающейся долгосрочным страхованием

населения. Да вот только заработки Иды Васильевны были минимальными. У меня она просила совета, как ей зарабатывать больше денег. У Иды Васильевны был долг — несколько тысяч долларов; был ребенок — озорной десятилетний мальчик, которого женщина воспитывала самостоятельно, без отца. Была мать — инвалид I группы, которая тоже находилась на ее содержании. Я, конечно же, посоветовал женщине по утрам гнать от себя мысли о долге перед другими людьми и думать исключительно о собственных нуждах и собственных удовольствиях.

Через неделю Ида Васильевна предстала передо мной вновь и сказала, что у нее ничего не получается. «Я просто не могу заставить себя думать о собственных нуждах и удовольствиях, когда знаю, что обязана отдать долг своим друзьям, которые некогда поделились со мной последними деньгами, что обязана откуда угодно достать сыну новый велосипед, чтобы он не чувствовал себя ущемленным оттого, что живет без отца, что существует необходимость регулярно покупать лекарства матери, которые сегодня недешевы. Я пытаюсь отключиться от мыслей о долге, но все вышеперечисленные люди словно преследуют меня в моем сознании», — растерянно призналась женщина. Тогда я предложил ей следующую медитацию.

Вечером, перед сном вы ложитесь на спину и непродолжительное время лежите без движения. Когда ваше тело успокоится, мысли улягутся, эмоции затихнут, представьте себе, что вы умерли.

Те, кто побывал в состоянии клинической смерти, рассказывают, что в этот момент человек начинает видеть свое тело как бы с высоты сначала полуметра, затем метра, затем с высоты потолка того помещения, где он находится.

Вот и я вам советую мысленно отделить свою душу от тела и созерцать последнее внутренним взором примерно с высоты потолка собственной спальни. Не надо бояться, что этот психологический акт впоследствии как-то негативно повлияет на вашу жизнь.

Все тем же мысленным взором вы подводите к своему бездыханному телу одного за другим людей, которым вы что-то должны в этой жизни. Вот подошли к вашему телу друзья, у которых вы заняли их последние деньги. Они, конечно же, верили, что вы с ними расплатитесь. Верили до того момента, пока не увидели перед собой ваше неподвижное тело. Увы, они осознали, что теперь их деньгам уже не суждено вернуться назад. В первое мгновение им жаль вас, жаль собственные деньги, на которые они, конечно же, рассчитывали что-то себе приобрести. Но уже в следующее мгновение ваши друзья будут думать, увы, не о вас, а о том, как им жить, зная, что ваших денег теперь не поступит. И поверьте, они очень скоро сообразят, откуда им взять эти деньги, уверен они добудут их.

Да, как это ни грустно, но случись с вами что-нибудь трагическое, жизнь окружающих вас людей лишь на мгновение замрет, а затем покажется дальше уже без вас и будет, может быть, даже счастливей, чем когда вы были рядом. Вот и ваш десятилетний сын, которого вы решили растить сама, осознав, что вас уже нет, станет принимать подарки (и первым долгом, конечно, новый велосипед) от своего отца и его родни, от которых вы так хотели его оградить. И что греха таить, он будет радоваться этим подаркам не меньше, чем если бы их преподнесли ему вы. И он тоже будет жить дальше без вас.

Ваша мать, осознав, что с вашим уходом ей больше нельзя рассчитывать на помощь родственников, вступит во взаимоотношения с государством, завещав ему по смерти свою квартиру, взамен получит пожизненный уход, включая и дорогостоящие медикаменты. И она тоже будет жить без вас дальше.

Итак, в результате этой медитации вы привыкнете к мысли, что, когда ваша душа покинет тело, все, без исключения, люди найдут способы жить без вас и жить счастливо. Осознав это, вы перестанете служить им, вы перестанете отдавать им все, забывая себя! Тогда и только тогда вы выдвините на передний план те удовольствия, те радости, которые можете испытать, пока живете на Земле! А эти радости, кроме вас самой, вам никто не доставит. Работайте для себя и ваши заработки возрастут.

Ида Васильевна внимательно выслушала мою рекомендацию и ушла. Позвонила она через месяц. «Все в порядке, — сказала она. — После того как я несколько раз перед сном отделила свою душу от тела и мысленно понаблюдала за своими друзьями и родственниками, то почувствовала, что слишком много пекусь о них и забываю о себе. А кто в этой жизни позаботится обо мне, подумала я и честно себе ответила — никто. Только я сама. Работать для себя стала азартнее, заработки мои повысились. Я обеспечила всеми необходимыми медикаментами мать, купила сыну обещанный велосипед, стала отдавать долги. Ну и, конечно же, сделала себе кучу подарков. Но самое главное: во мне пробудилось удовольствие жить!»

ГЛАВНОЕ ПРАВИЛО СЕТЕВИКА — ЗАБОТИТЬСЯ ПРЕЖДЕ ВСЕГО О СЕБЕ, ТОГДА ТЫ СДЕЛАЕШЬ СЧАСТЛИВЫМИ И ОБЕСПЕЧЕННЫМИ И СЕБЯ, И СВОИХ БЛИЗКИХ!

Но какие именно собственные интересы следует стремиться удовлетворить сетевика прежде всего? Купить отдельное жилье? Удовлетворять свои гастрономические запросы? Организовать продуктивный отдых? Нет. **ПЕРВЫЕ ЗАРАБОТАННЫЕ ДЕНЬГИ ИЗРАСХОДУЙТЕ НА ТО, ЧТОБЫ ПРИВЕСТИ В ПОРЯДОК СОБСТВЕННЫЕ ЗУБЫ.**

Если человеку снится, что во сне он теряет зуб, то, согласно толкователю снов американцу Густаву Миллеру, этот сон означает, что его ждут печальные известия. Однако я могу смело сказать, когда подобный сон снится человеку, тщетно стремящемуся заработать деньги, то он является подсказкой, указывающей на причину, почему отчаянные попытки разбогатеть не приносят желаемого результата. Для человека, ставшего на путь бизнеса, потеря зуба во сне означает, что он не обладает достаточной цепкостью, не способен, образно говоря, вырвать зубами из клиента те деньги, которые ему необходимы для реализации своих желаний. У него не хватает на это внутренней силы, нет уверенности в том, что он имеет на это право.

Дело в том, что многие посещающие нас сновидения являются продуктом генной памяти человека. В стародавние времена потеря зубов свидетельствовала о наступлении возраста, когда следовало уходить из активной социальной жизни. Так, на Руси в глубокой древности человека, начавшего терять зубы, уводили в глухой лес и там оставляли на съедение диким зверям (в Японии с этой же целью стариков уносили высоко в горы).

И в то же время крепкие зубы в том количестве, каким наделила человека природа, гарантировали ему удачную охоту, а значит, решение как

собственных проблем, так и проблем своей семьи (мясо — пища, шкуры — одежда и т. д.).

Но охота подразумевает не только убийство зверя, но еще и умение отстоять завоеванную добычу — сделать так, чтобы она не досталась другому охотнику, а стала твоей собственностью. Таким образом, наличие у каждого из нас полного ряда зубов вселяет ощущение дерзости, уверенности в своей победе — качеств, необходимых для человека, ступившего на путь сетевого бизнеса.

Наблюдая в процессе своей работы за людьми, я обратил внимание на то, что *человек, утративший несколько зубов (и не восстановивший их посредством протезирования), имеет более слабую коммерческую хватку по сравнению со своим ровесником, обладающим всеми зубами (собственными или искусственными). Он как бы неосознанно уступает другим людям право владеть деньгами и распоряжаться ими.* ОДНАКО СТОИТ ВОССТАНОВИТЬ УТРАЧЕННЫЕ ЗУБЫ, КАК ВОЗВРАЩАЕТСЯ УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ И ВОССТАНАВЛИВАЕТСЯ ЖЕЛАНИЕ АКТИВНО ЗАРАБАТЫВАТЬ ДЕНЬГИ.

Гиви по переселении в Москву из Грузии пришел работать в маркетинговую сеть, распространявшую косметику. Он пожаловался мне на низкие заработки, а затем рассказал о себе такую историю.

«У нас на Кавказе принято жалеть женщин и покровительствовать им. Особенно тем, кто старше тебя. Потребители распространяемой мною косметики преимущественно женщины. Многие из них не имеют мужей, не имеют постоянной работы и от этого кажутся мне особенно беззащитными. Предлагаемая мною косметика относится к категории дорогостоящих. По поведению своих клиенток я чув-

ствую, что у них есть требуемая сумма денег, но мне, честное слово, стыдно у них эти деньги забрать. Я знаю, что если клиентка купит что-то из моего товара, то останется на многие месяцы без сытной пищи, обновок и т. д. И мне попросту жалко ее. Я, конечно, рассказываю ей о достоинствах своей продукции, а сам думаю: лишь бы она ее не купила. Не хочу брать греха на душу. И товар у меня, как правило, и впрямь не покупают. «Почему я такой жалостливый, Сергей Николаевич? — интересовался Гиви. — Неужели дело только в моем воспитании?» «Не только в нем, — ответил я, внимательно рассмотрев рот клиента во время его монолога. Зубов в этом рту было маловато. О чем я и сообщил неудачливому сетевнику с Кавказа, добавив, что рекомендую ему в первую очередь заняться протезированием. «Но зубопротезирование сегодня — дорогая вещь, — возразил Гиви. — Мои домочадцы меня не поймут, если я потрачу деньги не на детей, жену, родителей, а на собственные зубы». «Сейчас вы все равно почти ничего не зарабатываете, так как не обладаете коммерческой хваткой, — парировал я. — А вставив зубы, станете приносить в дом деньги и не малые. Так что сегодня можно израсходовать деньги на поход к дантисту во имя того, чтобы обеспечить завтрашний день для себя и своих близких».

Гиви объявился через несколько месяцев, ослепив меня голливудской улыбкой. К тому же он был стильно одет и излучал благополучие и уверенность в своем завтрашнем дне. «Никогда не думал, что такая мелочь, как зуб, может так сильно влиять на состояние психики человека, — начал он разговор. — У нас, у кавказцев, есть хорошая черта — взаимопомощь. После визита к вам я рассказал своим друзьям, в чем кроется причина моих неудач в

сетевом маркетинге. «Давай проверим!» — сказали друзья и дали мне займы столько денег, сколько было необходимо, чтобы восстановить потерянные зубы. Я вставил зубы и вдруг почувствовал, что во мне исчезла пресловутая жалость. Теперь я каждой покупательнице твердо говорю: «Тебе просто жить нельзя без моей косметики!» И большинство из них после моих уговоров достает свои последние деньги и расплачивается за кремы, лосьоны, помаду. Мне больше не жалко, что они после этой покупки вкусно не покушают или не купят обновок. И женщины потом еще долго благодарят меня за то, что я открыл им тропу в новую жизнь — буквально заставил их быть ухоженными и красивыми».

У кавказца, обладающего поддержкой земляков, проблема отсутствия денег на зубопротезирование быстро нашла свое разрешение. Хуже обстоят дела у выходцев из средней полосы России, жителей Севера или сибиряков. В этом я убедился, объясняя своим клиентам связь отсутствия во рту зубов с пустотой в кошельке. Когда человеку, вынужденному прийти в сетевой маркетинг из-за того, что на предприятии перестали платить зарплату, не имеющему ни оборотного капитала, ни обеспеченных друзей, влезшему в долги, ты говоришь о необходимости в первую очередь извлекать средства (и порой немалые!) для восстановления во рту недостающих зубов, то, мягко говоря, сталкиваешься с непониманием. И тем не менее если человек поверит мне и воплотит в жизнь рекомендацию полностью восстановить недостающие зубы, то улучшение его взаимоотношений с миром ДЕНЕГ произойдет незамедлительно, так как к нему вернется вера в себя и ощущение здорового эгоизма.

Но все описанное мною выше — не единственное позитивное влияние зубов на психику человека и последующие за ним изменение в его жизни. Приводимый далее случай имел место уже со мной.

Однажды мне удалили зуб мудрости в районной поликлинике. Сначала эту операцию доверили практиканту. Но он лишь расколол зуб на несколько частей и не извлек их. Тогда за дело взялась врач. Она извлекла части расколотого зуба, используя при этом бормашину (высверливала корни). Когда я уже поднялся из зубоврачебного кресла, врач посоветовала мне на всякий случай сделать рентген нижней челюсти, объяснив это тем, что в процессе удаления зуба она сломала бор и не может найти обломок. «Вдруг он у вас остался где-нибудь в кости», — предположила она. Я пошел в рентгеновский кабинет, и сделанный там снимок отчетливо показал наличие в челюстной кости сломанного бора. С этим снимком я вернулся ко врачу, будучи уверенным, что застрявший бор мне немедленно удалят. Не тут-то было! Врач посмотрела сначала на снимок, затем на часы и радостно сказала, что ее смена закончилась, а поскольку была пятница, то назначила удаление бора аж на понедельник. Но к понедельнику место, где когда-то был зуб, а теперь покоился бор, полностью зажило. Я представлял, сколько неудобств доставит мне повторное хирургическое вмешательство, и опасался, что этот дантист при новой встрече может оставить в моей челюсти предмет посущественнее бора, и поэтому советовался с кем ни попадя, как мне в этой ситуации поступить. Мои метания привлекли к себе интерес старого умудренного жизнью еврея, работавшего со мной на одном предприятии. Он взял меня под руку, от-

вел в сторону и тихо сказал: «Сережа, вам с этим бором чертовски повезло! Не вздумайте его удалять. Во-первых, бор не причинит вам никакого вреда, поскольку сделан из нержавеющей стали. А во-вторых, постоянно находясь во рту, этот обломок будет питать ваш мозг ионами железа. Это очень полезно для умственной деятельности! Пройдет совсем немного времени, и вы начнете ощущать такие перемены в своей жизни, о которых не могли и мечтать. Люди платят очень большие деньги, чтобы регулярно питать свой мозг ионами железа. Вам же эта подпитка досталась совсем бесплатно. Повторю: вам повезло».

Я решил довериться мнению этого выдавшего виды человека и не стал извлекать обломок бора из своей челюсти. Тем более что обломок засел где-то глубоко в кости и абсолютно никак себя не проявлял. Уточню: не проявлял на физическом уровне, а на интеллектуальном все произошло именно так, как было предсказано. Очень скоро я стал ощущать особую ясность сознания и непреодолимое желание мозга долго и продуктивно работать. Я перестал довольствоваться теми подачками, которые бросало мне государство в виде зарплаты на государственном предприятии. Я стал охотно, а главное, безошибочно находить дополнительные статьи дохода. Например, улетая в командировку в какую-нибудь отдаленную точку страны брал с собой фотоаппарат и делал фоторепортаж, сопровождаемый текстом, а затем продавал его в туристические журналы. Гонорар за один такой репортаж втрое превышал мой месячный оклад. Журналы в свою очередь охотно пользовались моими услугами, поскольку не тратили деньги на командировки своих сотрудников. Я же летал в любую точку страны бесплатно, так как ра-

ботал в Аэрофлоте. В газете «Московский комсомолец» я печатался в рубрике «Москвичи далеко от Москвы». Как встречу москвича где-нибудь, например, на Сахалине, так немедленно напишу о нем статью, а это опять деньги. Издал Горбачев антиалкогольный указ, изъял из продуктовых магазинов спиртное, я немедленно смекнул, как заработать деньги на этой ситуации. Составил, а затем отпечатал фотографическим способом карту винных магазинов Москвы и предложил ее продавцам печатной продукции, работающим на московских вокзалах. Затем открыл собственное малое предприятие и стал издавать свои книги, проводить консультации и т. д.

Сейчас уже широко известно, что представитель каждого знака Зодиака имеет «свой» металл. Этот металл, находясь в близком контакте с телом человека, осуществляет тонизирующее воздействие. Зубопротезирование позволяет этот контакт человека и его металла сделать наиболее продуктивным, правда, если специально подбирать сплавы индивидуально под каждого, кто садится в кресло дантиста. Эту уникальную пока практику сегодня осуществляет Вадим Газаев. Он же рекомендует наиболее подходящее время для протезирования, дабы последний не только долго носился, но и оказывал позитивное действие на своего обладателя. Так что инициирование коммерческих способностей через наведение порядка в полости рта, это сегодня абсолютно реально. Отнестись к тому, что происходит у вас во рту, нужно со всей серьезностью и для того, чтобы максимально активизировать свою деятельность в сетевом бизнесе. И здесь лучше не жалеть ни времени, ни денег.

ГЛАВА 4

ВАША БОЛЬ — ЭТО ВАШИ ДЕНЬГИ

Не новость, что мы идем зарабатывать деньги (будь это маркетинговая сеть или любая другая деятельность) для того, чтобы помимо пропитания, организации собственного отдыха или внесения платы за учебу своих детей еще и приобрести вещи в дом. Например, купить новый телевизор, стиральную машину, мебель в комнаты или на кухню. Иногда мы удивляемся тому, как легко пришли к нам необходимые заработки (например, на новый телевизор). Иногда ломаем голову над тем, почему никак не можем заработать средств, например, на то, чтобы обновить столовый гарнитур. О секретах притяжения денег, необходимых для покупки тех или иных вещей и пойдет рассказ в этой главе.

Важнейший процесс, идущий в нашем мире, который оказывает существенное влияние на приток или отток денег — это акт смерти, то есть момент потери каждым из нас близкого человека — расставание с ним навсегда. Сколько страданий испытываем мы в этот момент, как долго не можем примириться с постигшей нас утратой.

Но всякий, кто ступил на тропу коммерческой деятельности, должен знать закон: **ГДЕ СТРАДАНИЕ, ТАМ И ДЕНЬГИ.**

Именно по этой причине, ЕСЛИ ЧЕЛОВЕКУ УДАЕТСЯ В СВОИХ МЫСЛЯХ СОПРИКОСНУТЬСЯ С АКТОМ СМЕРТИ, ОН АВТОМАТИЧЕСКИ ВСТУПАЕТ В РЕЗОНАНС С РИТМОМ ДЕНЕГ ИЛИ, КАК СЧИТАЛИ ДРЕВНИЕ, С РИТМОМ ПЛОДОРОДИЯ. А ЭТО ВЫЗЫВАЕТ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ В БЮДЖЕТ ЧЕЛОВЕКА.

Древние люди обратили внимание на вышеописанное явление. Недаром практически у всех народов существовали обряды публичных жертвоприношений. Особенно обильными были жертвоприношения накануне сева и созревания урожая, накануне военных походов, сулящих завоевания, трофеи и прочие приобретения. На глазах у собравшихся закалывалось животное (иногда приносились человеческие жертвы, иногда жертвовали продукты, зерно, их, например, высыпали в реку, в море и так далее), а многочисленные созерцатели эмоционально переживали случившуюся на их глазах гибель, испытывали ощущение страдания от утраты приносимого в жертву соплеменника или же от потери жертвенного животного, или зерна, которые теперь нельзя было употребить в пищу. *Таким образом, созерцатели жертвоприношения вступали в резонанс с ритмом плодородия.*

Поэтому чем щедрее было жертвоприношение и чем больше людей при этом присутствовало, тем вернее грядущему предприятию сопутствовала удача: урожай был обильный, военный поход победоносный, трофеи богаче, присоединение владений обширнее.

Для нашего современника, конечно, дикость регулярно созерцать чью-то смерть или уничтожать продукты питания, но в то же время для

свободного предпринимателя или для тех, кто добывает средства, работая в маркетинговой сети, не использовать вышеописанный способ подключения к стихии плодородия в высшей степени расточительно. Поэтому сейчас пойдет разговор о том, как эмоционально включиться в тот же психоэнергетический процесс, который протекал в организациях наших пращуров во время обряда жертвоприношения, но только не выходя за рамки современной цивилизации.

Каждый из нас обращал внимание на то, что отнести на свалку холодильник, который отслужил тебе верой и правдой 20 лет, или продать на запчасти автомашину, с которой тебя связывают и годы, и воспоминания, — все равно, что похоронить близкого человека или животное, долгое время жившее у тебя в доме и ставшее тебе больше, чем другом. Эти вещи мы наделяем качествами живого человека или *сущностью*. Сущностное мышление особенно было характерно для наших предков: лес, река, пруд имели своих одушевленных владельцев — соответственно лешего, русалку, водяного и т. д., с которыми надо было вступать в контакт, переступив границу их владений. Постепенно сущностью предки наделяли и многие другие предметы, которые видели вокруг себя. Поэтому многие из нас и сегодня подсудно стараются избегать столь неприятных переживаний и, по возможности, стремятся не расставаться со старыми вещами, то есть тем самым отдавать час их смерти. Поэтому старыми вещами заполняют антресоли, их отвозят на дачу и т. д. Но не научившись расставаться со старыми вещами, мы тем самым лишаем себя возможности притягивать к себе деньги через обряд жертвоприношения, то есть взаимодействовать со стихией плодородия во имя

материальных поступлений в наш бюджет. Ведь в процессе освобождения дома от отслуживших свой век вещей мы эмоционально переживаем их смерть, а значит, подключаемся к одному из жизнеобеспечивающих процессов — процессу приумножения материальных благ.

Прodelайте эксперимент: расстаньтесь с дорогой вашему сердцу, но, увы, уже ненужной вещью, и вы обратите внимание на то, как к вам вскоре откуда-то придут деньги на новую вещь, выполняющую ту же функцию, что и выброшенная.

Мне приходит на память такой пример. Роза Юрьевна была адвокатом и одновременно подрабатывала в маркетинговой сети, распространяя пищевые добавки. Старательная, многоопытная, она тем не менее не могла похвастаться большими заработками ни на юридическом поприще, ни на поприще сетевого маркетинга. Что касается адвокатской деятельности, то клиентов у Розы Юрьевны было немного, да и те, что были, то и дело совершали опрометчивые поступки, которые сводили на нет уже почти выигранные в суде дела, и Роза Юрьевна, проиграв процесс, оставалась без гонорара. В сетевом маркетинге после того, как женщина осуществляла спонсирование клиента, то есть знакомила его с предлагаемым товаром, она получала много восторженных откликов и клятвенных обещаний немедленно приобрести пищевые добавки на большую сумму денег. А затем клиент исчезал, так и не совершив ни одной покупки. «Все время не хватает какой-то одной последней капли, — жаловалась мне женщина. — Кажется, вот-вот должны прийти деньги. Но нет. Срываются в последний момент».

Разговор происходил на даче у Розы Юрьевны. Дача находилась в ближайшем Подмосковье. Из-за

листвы сплошь и рядом выглядывали фешенебельные постройки, соседствовавшие с домом Розы Юрьевны. Дом моей клиентки, конечно же, разительно отличался от них. Но наружный облик здания не производил такого гнетущего впечатления, как та обстановка, которая была внутри. Мало того, что здесь красовались старый холодильник ЗИС (завод имени Сталина), еще черно-белый телевизор, стол, шкаф, диван довоенной поры, к тому же двери встроенных шкафов и дверцы антресолей были сделаны не из современной вагонки, а из фрагментов мебели, еще, вероятно, все той же довоенной поры. Роза Юрьевна перехватила мой взгляд и пояснила: «Знаете, ничего не могу выбрасывать. Просто рука не поднимается. Ну как я выброшу, например, вот этот диванчик, когда я спала на нем еще ребенком? Как я могу выбросить этот торшер, когда под ним по вечерам читал книжки мой покойный отец? Мне эти вещи, во-первых, дороги как память, а во-вторых, случись что — война, очередная перестройка, разруха — эти вещи еще мне послужат: и черно-белый телевизор тогда буду смотреть, и холодильником ЗИС пользоваться. Так вот и живу среди вещей, которые тесно связаны с моей жизнью от самого ее начала и до сегодняшнего дня». «А ваш муж, если не секрет, как относится к старым вещам?» — любопытствовал я, зная, что супруг Розы Юрьевны — преуспевающий предприниматель.

«Ой, он все любит выбрасывать! — воскликнула женщина. — Даже рубашка или туфли чуть из моды выйдут, он их сразу на помойку, и на эту дачу, где мы с вами сидим, его не затащишь». «Вот по этой причине деньги к вашему мужу идут легко, а от вас в последний момент уплывают», — подвел я итог и

рассказал женщине о механизме притяжения денег через обряд жертвоприношения, тот самый, о котором только что поведал читателю.

Не знаю, или я был убедительным рассказчиком, или повлиял пример мужа, но только Роза Юрьевна резко изменила стиль жизни. «Прежде чем заработать деньги, например, на новый видеоманитофон, я возьму и выброшу старый, — впоследствии рассказывала мне женщина. — Не отдам кому-либо из друзей, как принято говорить «в хорошие руки», а просто отнесу на помойку и оставлю. Иду назад домой, а на глазах — слезы. Но затем поживу без «видика» неделю-другую, и точно знаю: деньги на новый придут, причем именно на такую модель, какую я хочу. Если нет возможности жить без выброшенного предмета, например, раковины или ванны, я лезу в семейную заначку, беру необходимые деньги, совершаю покупку, а старый предмет немедленно выдворяю на помойку. И в ближайшее время эта сумма ко мне обязательно приходит, когда через адвокатскую деятельность, когда через маркетинговую сеть. Повторяю, порой от жалости к вещи я пускаю слезу, как по живому человеку, но тем не менее настойчиво продолжаю расставаться с бытовыми предметами, отслужившими свой срок».

К сожалению, в нашем обществе и по сей день бытует мнение: для человека, ставшего на путь предпринимательской деятельности, надо сначала обрести покой в душе, а уж потом деньги найдут тебя. Это утверждение — ложь!

Давайте трезво взглянем на вещи: ДЕНЬГИ К НАМ ПРИХОДЯТ В РЕЗУЛЬТАТЕ НАШЕЙ ДУШЕВНОЙ НЕУСПОКОЕННОСТИ, ТО ЕСТЬ БОЛИ. НАМ БОЛЬНО ОТ ТОГО, ЧТО У НАС НЕТ ДЕНЕГ, НАПРИМЕР, НА СЫТНЫЙ ОБЕД, НА

МОДНУЮ ОДЕЖДУ, НА ПРЕСТИЖНЫЙ АВТОМОБИЛЬ ИЛИ КОМФОРТНОЕ ЖИЛЬЕ. ЭТА БОЛЬ НЕ ДАЕТ НАМ СПОКОЙНО ЖИТЬ, И МЫ ЗНАЕМ, ЧТО БОЛЬ ОТСТУПИТ ТОЛЬКО ТОГДА, КОГДА МЫ ВСЕ-ТАКИ РАЗДОБУДЕМ НЕОБХОДИМУЮ СУММУ. НАШ ОРГАНИЗМ, СТРЕМЯСЬ ИЗБАВИТЬСЯ ОТ ДУШЕВНОЙ БОЛИ, НАХОДИТ РЕШЕНИЕ НАШИХ МАТЕРИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ.

А те люди, у которых на душе, по народному выражению: «Тишь да гладь, да Божья благодать», как приходят на свет в квартиру с черно-белым родительским телевизором, так и уходят с этого света с ним же. Всю свою жизнь, порой достаточно длинную, они так и не способны что-либо приобрести, потому что гасят в себе боль, находя причину смириться с отсутствием у них чего-либо. Оглянитесь на своих знакомых: среди них вы наверняка найдете таких, как описанные мною люди, благообразные, нетребовательные к жизни. Так вот, если вы собрались работать в маркетинговой сети, и работать с прибылью, то старайтесь никогда и ни в чем не быть похожими на них!

Помните: ДУШЕВНОЕ ТЕРЗАНИЕ ИЗ-ЗА ОТСУТСТВИЯ ЖИЗНЕННЫХ БЛАГ — ЭТО ВАШИ ДЕНЬГИ, ТЕ САМЫЕ ДЕНЬГИ, КОТОРЫЕ ВАМ ВСЕ ЭТИ БЛАГА ВПОСЛЕДСТВИИ ДОСТАВЯТ. А НЕТ ТЕРЗАНИЙ — НЕ БУДЕТ И ДЕНЕГ, А СЛЕДОВАТЕЛЬНО, НЕ БУДЕТ И БЛАГ.

Петр развелся с женой и как истинный джентльмен, оставил ей все, а сам перебрался жить в комнату в коммуналке, оставшуюся ему от бабушки. Комната была практически пустая: ни стульев, ни стола, ни кровати, ни тем более телевизора. Петр ужинал на полу, на полу и спал, посте-

лив матрац. О расставании с женой не жалел, возвращаться к ней не собирался, поэтому решил обустроить новую жизнь. Но для обустройства нужны деньги. Петр слышал от друзей, что сегодня деньги дает работа в маркетинговой сети. Так он пришел в сетевой бизнес.

Одновременно с этим событием Петр познакомился с батюшкой — настоятелем храма, на который выходили окна его комнаты. Батюшка был лишь немного постарше Петра, и они общались друг с другом скорее как ровесники, нежели как прихожанин с духовным отцом. И от этого между ними было больше искренности и доверия. Петр во время их встреч рассказывал святому отцу, какую душевную боль он испытывает оттого, что не может пригласить к себе в дом друзей из-за отсутствия элементарной обстановки. Батюшка, в свою очередь, напутствовал Петра словами, что, дескать, главное для человека — это жизнь его души, а последней, как известно, не нужны ни стол, ни стулья, ни даже постель, и советовал не терзаться из-за отсутствия житейских благ, а заботиться о том, чтобы мир и гармония царили в душе. От напутствий святого отца на душе у Петра становилось легко и ясно. Легко было еще и оттого, что речи батюшки как нельзя лучше ложились на финансовое положение молодого человека. А положение было ужасающее: у Петра порой неделями не было денег даже на еду. Он отдал знакомым любимого кота, потому что был не в силах прокормить даже его и не мог смотреть, как мучается и болеет от постоянного голода его четвероногий пушистый друг. Сетевой маркетинг давал Петру редкие заработки — товар у Петра практически не покупали, а уж тем более никто не подписывался к нему в сеть. Правда, все эти обстоя-

тельства не очень-то расстраивали Петра, потому что в душе у него царили мир и гармония.

Но вдруг произошло непредвиденное. Петр встретил девушку, и молодое сердце яростно застучало в его груди. Но в какой ад погрузилась душа Петра! Какими терзаниями она наполнилась. Он хотел отвести героиню своих грез в ресторан и не мог. Он хотел сходить с ней на дискотеку и опять не мог — все по той же причине отсутствия денег. Он просто сходил с ума, часами стоя, как часовой, у входа в зал, где плясала молодежь, а среди нее и его возлюбленная (ведь девушек на такие мероприятия пускают бесплатно). Он не мог (не имел права) подойти к избраннице, когда после дискотеки ее провожал домой кто-то другой. Он не мог пригласить ее даже к себе домой — ему было стыдно за нищенскую обстановку в своей комнате. Одним словом, душевному равновесию Петра пришел конец. Увещевания святого отца больше не имели над ним силы. Петр не мог, а главное, не хотел жить в нищете. Он хотел дарить своей возлюбленной дорогие цветы, покупать красивые вещи, баловать поездками в ресторан или за границу. И что самое интересное, как только он нарушал гармонию в своей душе и давал волю сладким мечтам, вместе с которыми приходила и нечеловеческая боль от осознания их невыполнимости, деньги вдруг начинали сами находить Петра.

Накануне дня рождения избранницы, когда Петр мучался оттого, что не может подарить ей ни духов, ни цветов, у него вдруг стали раскупать продукцию, и он достойно поздравил даму своего сердца. Когда его возлюбленная вдруг изъявила желание провести с ним отпуск на море и Петр впал в отчаяние оттого, что негде взять денег на

поездку, у него вдруг сама собой стала создаваться и работать сеть, принеся нужный доход. Были и другие мелкие совпадения. Петр почувствовал, что **СУЩЕСТВУЕТ ЖЕСТКАЯ ЗАВИСИМОСТЬ МЕЖДУ ЕГО СТРАДАНИЕМ ОТ ОТСУТСТВИЯ ДЕНЕГ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МЕЧТЫ И ДАЛЬНЕЙШИМ ПОСТУПЛЕНИЕМ ТРЕБУЕМОЙ СУММЫ В ЕГО КОШЕЛЕК.** За разъяснением этого природного феномена он обратился ко мне. Я лишь утвердил молодого человека в том, что замеченная им закономерность имеет место, и посоветовал пользоваться этим явлением природы себе во благо. Петр стал стремиться осуществлять каждое свое желание и никогда не заглушать в себе душевной боли, возникшей оттого, что в настоящий момент осуществление этой мечты кажется невозможным. Дела в сетевом бизнесе сразу сдвинулись с места. Он женился на своей избраннице, перебрался из комнаты в коммуналке в отдельную квартиру, сейчас обеспечивает уход и воспитание появившегося в семье ребенка. Когда мы виделись с Петром в последний раз, он вдруг вспомнил строку из Лермонтова: «А он, мятежный, просит бури». «Странно, — пожал плечами Петр, — ведь с малолетства знал эту строку, а только сейчас понял, какой в ней заключен смысл».

ГЛАВА 5

КАК ПОСТУПАТЬ С ДОЛГАМИ

Сколько бы ни было продуктивно страдание человека, ставшего на путь коммерческой деятельности, существует ситуация, в которой рекомендуется его, всячески избегать. ЭТА СИТУАЦИЯ СВЯЗАНА С ВОЗВРАТОМ ДОЛГОВ, КОТОРЫЕ БЫЛИ СДЕЛАНЫ, например, для того, чтобы начать собственное дело.

Общеизвестно, что для получения возможности работать в маркетинговой сети порой необходимо внести некую сумму денег (часто немалую!). Те люди, которые решили посвятить себя этому бизнесу, не всегда имеют собственные оборотные средства, поэтому они вынуждены прибегнуть к тому, чтобы взять требуемую сумму в долг. Деньги занимают, как правило, у знакомых, которые немало лучше преуспели в бизнесе, продали что-нибудь из недвижимости или просто трудились на государственной службе и не пускались в коммерческие авантюры. Иными словами, те, кто берут деньги займы, полностью отдают себе отчет в том, что заняли у людей последнее (или почти последнее) и, начав работать в сети, они стремятся первым делом вернуть эти деньги своему кредитору.

Честное слово, господа сетевики, лучше бы у них никогда не было желания это сделать! Потому

что СТРЕМЛЕНИЕ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ВЕРНУТЬ ЗАНЯТЫЕ СРЕДСТВА ПРИВОДИТ К ТОМУ, ЧТО ЧЕЛОВЕК ВООБЩЕ НЕ СПОСОБЕН ЗАРАБОТАТЬ ДЕНЕГ НИ НА ПОГАШЕНИЕ ДОЛГОВ, НИ НА ХЛЕБ НАСУЩНЫЙ. А теперь о том, почему так происходит.

Причина, почему деньги упорно не идут в руки тем, кто стремится их затем отдать постороннему человеку (своему кредитору), следующая. *Деньги, как мы уже говорили, охотно идут в руки агрессивным эгоистам — людям, стремящимся потратить их исключительно на собственные прихоти.* А ПРИ СТРЕМЛЕНИИ ВЕРНУТЬ ЗАРАБОТАННОЕ КРЕДИТОРУ ЭТО ПРАВИЛО ГРУБО НАРУШАЕТСЯ.

Виктория Николаевна худо-бедно зарабатывала себе на жизнь, торгуя газетами по электричкам, и всегда отмечала, что торговля у нее шла удачней, чем у остальных распространителей печатной продукции. То попадется покупатель, про которого в газете статья напечатана, и он сразу покупает экземпляров пятьдесят для себя и своих знакомых, то на кого-то неожиданно свалится ремонт, а ни бумаги, ни газет дома нет — вот и вынужден он покупать свежую прессу, причем покупает именно у Виктории Николаевны. Вот она и подумала: если я такая удачливая, то почему бы мне не заняться делом более прибыльным? А каким? Куда могут беспрепятственно взять женщину в солидном возрасте без образования, без длинных красивых ног, да еще почти десять лет занимавшуюся неквалифицированным трудом? Только в маркетинговую сеть. Но для вступления в сеть нужна определенная сумма в долларах. Этой суммы, конечно, у Виктории Николаевны не было, но она, не задумавшись,

мываясь, взяла деньги в долг у ближайшей подружки, которая, в свою очередь, несколько лет копила их, чтобы подарить сыну на двадцатилетие недорогую машину. Виктория Николаевна пообещала вернуть деньги через месяц (как раз к юбилейной дате), да еще с неплохим процентом. Она искренне верила в свою удачливость и не сомневалась в том, что рассчитается с кредитором даже раньше положенного срока. Велико же было ее удивление, когда в течение месяца она не смогла заработать ни гроша. Она не смогла заработать денег ни в маркетинговой сети, ни, что самое удивительное, торгуя газетами. Люди просто перестали их у нее покупать. Не смогла Виктория Николаевна ничего заработать и в течение последующих шести месяцев. Деньги, что называется, старательно обходили ее. «Куда испарилась моя удачливость?» — терзала меня вопросом женщина, когда мы встретились.

Я объяснил горе-предпринимательнице, **что она нарушила главную заповедь коммерсанта: забыла о том, что ДЕНЬГИ ОХОТНЕЕ ВСЕГО ПРИТЯГИВАЮТСЯ К ЧЕЛОВЕКУ ТОГДА, КОГДА ПОСЛЕДНИЙ СТРЕМИТСЯ ИХ ПОТРАТИТЬ ТОЛЬКО НА СОБСТВЕННЫЕ ЭГОИСТИЧЕСКИЕ НУЖДЫ.**

В итоге я посоветовал Виктории Николаевне **подойти к проблеме погашения собственного долга по так называемому ОСТАТОЧНОМУ ПРИНЦИПУ.** Суть его сводилась к следующему.

Предпринимательница должна была составить список собственных приобретений, которые она намеревалась сделать в том случае, если заработает солидную сумму денег в маркетинговой сети, и после этого, руководствуясь собственной алчностью, приступить к бизнесу. Когда в результате коммерческой

деятельности деньги окажутся в ее кармане, предпринимательница должна спросить себя: КАКУЮ ЧАСТЬ ВЫРУЧЕННОЙ СУММЫ КОМФОРТНЕЕ ПОТРАТИТЬ НА ДОСТИЖЕНИЕ СВОИХ СУГУБО ЭГОИСТИЧНЫХ ЦЕЛЕЙ (ПРИБРЕТЕНИЕ ВЕЩЕЙ, ОРГАНИЗАЦИЮ ОТДЫХА И Т. Д.), А КАКУЮ ВЕРНУТЬ СВОЕМУ КРЕДИТОРУ. ЕСЛИ ЗАХОЧЕТСЯ НЕМЕДЛЕННО РАСПЛАТИТЬСЯ С ДОЛГАМИ, ТО ИМЕННО ТАК И СЛЕДУЕТ ПОСТУПИТЬ. ЕСЛИ ЗАХОЧЕТСЯ ДОЛГОВ НЕ ОТДАВАТЬ ВОВСЕ, НАДО ОПЯТЬ ДОВЕРИТЬСЯ ВНУТРЕННЕМУ ГОЛОСУ И ОТЛОЖИТЬ РАСЧЕТ С КРЕДИТОРОМ ДО СЛЕДУЮЩЕГО ПОСТУПЛЕНИЯ ДЕНЕГ.

Но обычно происходит так: приобретя большую часть необходимых для себя вещей, должник раз за разом возвращает непотраченный остаток заработанных средств своему кредитору до полного погашения долга. *Поэтому вышеописанный способ возврата долгов и называется «остаточным».*

Я заверил Викторию Николаевну, что если она подойдет к проблеме возврата долга по остаточному принципу, ей удастся быстро вернуть деньги. Но если она будет работать для того, чтобы в первую очередь расплатиться с кредитором, она скорее всего никогда не сможет этого сделать.

Моя посетительница великолепно усвоила урок. Она стала работать для того, чтобы в первую очередь приобрести себе зимнее пальто, мебель в квартиру и сделать ремонт ванной. Ей удалось осуществить все намеченные планы и только одновременно с этим отдать долг.

В моей практике был и такой случай. На прием пришел господин, рассказавший следующее. Он дал займы мужу своей сестры шесть тысяч долла-

ров, которых тому не хватало для постройки загородного дома. Дом родственник построил, но денег не вернул. Более того, должник за два года четыре раза сменил автомобиль, каждый раз приобретая модель все дороже и дороже, шесть раз съездил с семьей на море в Турцию, Египет, Кипр, приобрел еще один участок земли. Когда же кредитор обратился к нему с вопросом: «Когда ты мне вернешь деньги?», должник отвечал: «А как я тебе их верну? Ты видишь, какая у меня бурная жизнь!»

Кредитор недоумевал: «Вот вы пишете в своих книгах, Сергей Николаевич, что у человека, взявшего деньги взаймы, бизнес не задается. А у моего должника все происходит наоборот. Почему?»

«Так происходит потому, — объяснил я, — что этот человек не собирается возвращать вам деньги».

Читатель должен сделать вывод. Долги, конечно, возвращать надо, но нельзя ставить возврат долгов первостепенной целью своей коммерческой деятельности. В этом случае материальная отдача от ваших усилий может быть равна нулю. Работать надо ради собственных эгоистических запросов. В первую очередь надо удовлетворять именно эти запросы, и лишь оставшиеся после их удовлетворения деньги возвращать кредитору. Тогда вы и впрямь с ним расплатитесь.

Игорь Степанович решил войти в бестоварную маркетинговую сеть. Но вступительный взнос в такую организацию, как правило, колеблется в районе трех тысяч долларов. Такой суммы у Игоря Степановича не было и он пошел на то, что занял эти деньги частично у своей родни, частично у друзей, обещая расплатиться сразу, как только придут первые дивиденды. И, как уже догадался читатель, никакие дивиденды к Игорю Степановичу не шли.

Люди, с которыми активно работал новоиспеченный сетевик, на его предложение тоже стать дилерами бестоварной сети, внося в нее свои средства, утвердительно кивали головами, но деньги не вносили.

Игорь Степанович бился как рыба об лед, отсрочивал платежи своим кредиторам то под одним предлогом, то под другим. В конце концов он достиг полного отчаяния и обратился ко мне. Я объяснил сетевнику, что ему надо попросту забыть о своих долгах, тем более, что сумма была раздроблена на несколько частей и максимальная ее составляющая не превышала пятисот долларов. «Не бойтесь, за такие деньги вас сегодня никто пальцем не тронет», — успокаивал я Игоря Степановича. «Я боюсь, но не этого, — поправил он меня. — Я боюсь прослыть нечестным человеком: мол, занял деньги и не отдал. А вы учите меня обратному: забыть про долг». «Тогда давайте смотреть правде в глаза, — насел я на него, — в каком случае вы останетесь честным человеком: когда стремитесь отдать долг, но не можете этого сделать или когда все-таки вернете деньги?» «Конечно, когда верну деньги», — произнес собеседник. «А как вы думаете, — не унимался я, — важно ли будет вашему кредитору в тот момент, когда он получит свои деньги назад, да еще с процентами, собирались ли вы их ему отдавать или не собирались вовсе?» Мужчина подумал и сказал: «Я думаю, неважно». «А теперь посмотрим на эту ситуацию с другой стороны: вы изо всех сил стремитесь вернуть деньги, но у вас это не получается. Что будут думать о вас люди, некогда одолжившие вам деньги? А точнее, будут ли они считать вас честным человеком?» Игорь Степанович отрицательно покачал головой. «Нет, не будут, — горько произнес он. — Я могу лезть из кожи вон на их глазах и

ничего не заработать, но они все равно будут думать, что у меня есть деньги, но я их прячу, потому что не хочу отдавать. Я уже слышал такое мнение на свой счет». «Тогда делайте вывод сами, — подвел я итог, — для того, чтобы остаться честным человеком, что важнее: искренне стремиться отдать деньги или не стремиться отдавать их вовсе, но все-таки нехотя отдать?» «Конечно, я останусь и в своих, и в чужих глазах честным человеком, когда верну деньги, на какие бы искусственные сделки с совестью мне ради этого не пришлось бы пойти», — согласился мой собеседник.

Игорь Степанович взял на вооружение вышеописанную технологию возврата долгов по **остаточному** принципу, то есть напрочь забыл про своих кредиторов и стал заботиться лишь о себе. Сетевой бизнес немедленно стал приносить ему доходы, он расплатился с людьми, давшими ему деньги в долг, и таким образом сохранил свое доброе имя и в своих, и в чужих глазах.

ГЛАВА 6

ТВОЯ ЦЕЛЬ — ДЕНЬГИ

Константин Сергеевич Станиславский когда-то изрек ставшую крылатой фразу: *«Надо любить не себя в искусстве, а искусство в себе»*. Поскольку известный реформатор театра органично вписался в советскую систему и эта система подняла его на щит, то многие поколения россиян были воспитаны в соответствии с заветами Станиславского, то есть главной целью своей жизни они ставили задачу найти свое дело и стать в нем художником, иными словами, «полюбить искусство в себе».

Люди, воспитанные таким образом, придя работать в маркетинговую сеть, старались полюбить свое дело, они страстно упивались своим занятием, беззаветно «любя искусство в себе», а потом искренне недоумевали, почему за свое преданное служение делу они не получили ни рубля.

Чтобы ответить на этот вопрос, надо хотя бы вспомнить тот факт, что сам Станиславский, хотя и был сыном московского купца, но никогда успешно не занимался финансовой деятельностью (по крайней мере, его деятельность на этом поприще успешной не назовешь). Созданный им Московский художественный театр практически никогда не приносил дохода. До революции его содержал Савва Морозов и другие меценаты. Пос-

ле революции Ленин утвердил за этим театром особый статус, и когда страна только начала вставать на ноги, она сразу же взяла на себя содержание детища Константина Сергеевича. Таким образом, человек, призывавший любить искусство в себе, никогда не жил за счет самостоятельно заработанных денег. Он жил за счет спонсоров в лице меценатов или государства.

Но у человека, пришедшего в сетевой бизнес, таких спонсоров заведомо нет (найдишь они, и он не стал бы сетевиком).

Поэтому и отношение к высказыванию, что в первую очередь надо любить тот производственный процесс, которым ты занимаешься, надо воспринимать с недоверием. Да, дело, которому ты служишь, любить надо, но в первую очередь следует помнить ради чего ты вызвался ему служить? И ответ на этот вопрос всплывает сам собой: *ради денег*. **ЗНАЧИТ, ДЕНЬГИ — ЭТО ТО, О ЧЕМ НАДО ПОМНИТЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, КОГДА НАЧИНАЕТСЯ ТВОЙ ТРУДОВОЙ ДЕНЬ.**

Для многих людей, воспитанных на социалистических идеалах, это непросто.

Олег Николаевич некогда был слесарем высокого разряда и параллельно наставником приходящей на завод молодежи. И то, и другое дело он любил. Когда на заводе перестали платить зарплату, он пришел в сетевой бизнес — стал распространять препараты, созданные на базе продуктов из Мертвого моря. И вот тут регулярно случалась с ним такая оказия. Попадется ему потенциальный клиент, и вместо того, чтобы сосредоточить завязавшийся разговор на том, как необходимы его собеседнику продукты Мертвого моря, Олег

Николаевич садился на знакомого конька (конька, которого он любил) — «разговоры за жизнь». «Мне так нравилось еще на заводе наставлять молодых людей, что не могу отказать себе в этом удовольствии, — впоследствии делился со мной Олег Николаевич. — Придет ко мне за косметикой какая-нибудь девушка, а я чувствую: она не знает, как жить, и начинаю ее поучать. Учучу, в результате так «просветлю ей мозги», что она и забудет, за чем приходила. Уйдет, ничего не купив, но узнает, как жить. А у меня потом еще долго душа светится: чувствую, нужное дело сделал. Вот только продаж практически никаких. Не унываю: сегодня товар не продал — продам завтра. А завтра та же история: придет ко мне человек за кремом, а я с ним займусь любимым делом — учить жить начну. Научу. Но опять нулевые продажи. Что делать?»

Я посоветовал наставнику молодежи контролировать свою мысль, направляя ее на то, что целью текущего дня должны быть деньги, но бывший слесарь растерянно сказал: «Не могу. Меня учили: самое главное в жизни — любить свое дело». И тогда я задумался: «Что ему делать?»

«Допустим, человек не может контролировать мысли, — рассуждал я. — Но ведь собственные поступки он контролировать может. И если он знает, например, простые приметы, что нельзя считать деньги на ночь и не считает их, нельзя поднимать монету, лежащую решкой вверх, и не поднимает, то он делает это для того, чтобы его коммерческое дело принесло успех. Но это лишь две приметы, то есть две установки психики, данные через действие. А если таких установок через действие будет не одна, а много: например,

во что одеваться, чтобы притянуть деньги, что есть на завтрак, с кем общаться из посторонних, по какой местности идти на работу, а по какой, наоборот, избегать ходить, в какие игры накануне играть, а в какие — нет и т. д.? В этом случае психика человека в течение дня получает десятки установок, которые ориентируют его на то, чтобы конечной целью его поступков было обретение денег, а не удовольствие от любимого занятия, например, наставлять молодежь, как это было в случае с бывшим слесарем. А соответствующий психологический настрой и ведет к удаче в коммерческой деятельности».

Я стал собирать народные приметы, позволяющие концентрировать свое внимание на деньгах, и в процессе сбора материала понял, что именно так и жили наши предки. Этот свод законов также относился к уже упомянутой мною домашней церкви и также передавался из уст в уста от отца к сыну, от матери — к дочери. Этот свод законов предписывал, как следует поступать (то есть что надевать, что есть, с кем встречаться и т. д.) для облегчения решения тех или иных проблем, таких, как, например, замужество, обретение счастья в доме и, конечно же, накопление богатства. Правда, последнее было прерогативой определенных социальных прослоек: в городе — купечества, на селе — зажиточных крестьян. Обе эти прослойки в России были уничтожены большевиками в начале века. Поэтому накопленный купцами и кулаками культурный опыт исчез вместе с ними. Но, слава Богу, не весь. Еще многое удалось извлечь и успешно использовать. Правда, Олег Николаевич больше не появился у меня. Но зато именно

этим методом мне удалось эффективно помочь другому труженику сетевого маркетинга.

Зоя Семеновна некогда работала врачом в районной поликлинике. Работала по призванию, с удовольствием, с любовью к своему делу. Затем она вышла на пенсию. Пенсии не хватало, чтобы сводить концы с концами, и она начала работать в маркетинговой сети, продавать посуду марки «Zepter». Но весь район знал бывшего врача в лицо. Поэтому стоило Зое Семеновне выйти из дома, как к ней подходил то один, то другой ее бывший пациент, начинал подробно рассказывать про свои болезни и, конечно же, спрашивать совет, как ему бороться с недугом.

«Прежде чем я дойду до метро, — рассказывала мне Зоя Семеновна, — я подробно выслушаю как минимум двух-трех своих бывших больных, выслушаю и вдруг вновь почувствую себя человеком, погруженным в любимое дело. И тут же проанализирую все сказанное мне, задам необходимые вопросы, выскажу рекомендации, как и чем им лечиться. А затем еду и думаю: «А все ли я советовала так, как надо. Не забыла ли что? После этого приезжаю на встречу с человеком, которого должна уговорить приобрести уникальную посуду фирмы «Zepter», а в голове крутится встреченный мною больной со своими проблемами и данными мною советами. И об уникальных свойствах своего товара я уже рассказываю вяло, скучно, без огонька. И конечно же, не заинтересовываю им человека, а в итоге остаюсь без заработка. Я сама знаю, в чем моя беда: **я не способна сосредоточиться на том, что целью прожитого мною дня должны быть деньги.** Любой встреченный мною больной заставляет меня забыть о деньгах и пол-

ностью посвятить себя его проблемам. Причем я делаю это охотно с любовью к своей бывшей профессии. Не знаю, как же мне дальше быть».

К тому времени я уже знал, как помогать в таких случаях.

Я рассказал бывшему врачу, что испокон веков на Руси считалось: *для того, чтобы притянуть к себе деньги (а не бесплатных клиентов) необходимо съесть на завтрак либо овсяную кашу, либо блины с медом, либо яйцо, либо яблоко. Выходя из дому, следовало непременно надеть на себя вещь (юбку, блузку, брюки и т. д.) однотонного желтого или зеленого цвета. Если предстоял жаркий бой за свое богатство, одеваться следовало в черное. Перед тем как переступить порог собственного дома, следовало перекинуться парой слов или с родным братом (если таковой имеется), или с человеком, чья профессия — парикмахер или зубной врач. Дорогу следовало выбирать такую, где зимой нет льда, а летом нет выбоин (то есть хорошо утоптанную). Очень хорошо, если вдоль дороги растет такое дерево, как дуб или клен. Проходя мимо, следует замедлить шаг или даже постоять у него. Если в течение дня вам удастся соприкоснуться с карликом или с лошадьёю, то день должен выдаться удачным по деньгам.*

Я дал еще много советов Зое Семеновне, которые не буду здесь приводить, дабы не перегружать внимание читателей. О результате использования полученных рекомендаций она рассказала мне через четыре месяца.

«Скажу честно, что не люблю употреблять в пищу ни овсяную кашу, ни яйца, ни тем более блины. Но если с утра я заставляю себя съесть хоть что-то из вышеперечисленного, то помню,

что сделала это лишь для того, **чтобы грядущий день принес мне деньги**. Желтый и зеленый цвет мне тоже не к лицу. Мне долго приходится заниматься косметикой, чтобы соответствовать такому наряду. Поэтому когда по выходе из дома ко мне подходит мой бывший больной и начинает рассказывать о своих проблемах, я немедленно вспоминаю, как только что с трудом прожевывала блин с медом и как старательно делала макияж в тон надетой на меня желтой блузке, и все это для того, чтобы сегодня у меня были деньги, а не проблемы бывших больных, и сразу же прерываю жалобы фразой: «У вас в поликлинике прекрасный новый врач — молодой, эрудированный. Обратитесь к нему, и, уверяю, ваш недуг пройдет».

Проблемы больных больше не довлеют надо мной, меня не охватывает радость от соприкосновения с моей прежней профессией: сейчас у меня новая жизнь — жизнь в сетевом маркетинге. Поэтому **я поглощена тем, как довести до понимания моего потенциального покупателя уникальность предлагаемого мною товара и в конечном итоге заставить приобрести его**.

Родного брата у меня нет, знакомого зубного врача — тоже, но есть подруга-парикмахер. Я и раньше обращала внимание — **поговоришь с ней — как будто силы напьешься**. Без этого общения меня хватало только на то, чтобы полдня со своим товаром отбегать. А теперь с ней с утра парой слов перекинусь и весь день как заведенная ношусь.

Что касается дороги — тоже обратила внимание: **если по скользкой дороге на работу идешь — тебя подстерегает какая-то каверза, если дорога ров-**

ная, утоптанная — день складывается удачно, обстоятельства словно подчиняются тебе. Вот я и выбрала себе такой путь от дома до метро. Он хоть и длиннее, зато доходнее. Кстати, на выбранном мною пути дубок небольшой растет. Когда я чувствую, что на клиента лишний раз нажать надо, а сил жать нет, я около дубка стою, а затем уговариваю клиента столько времени, сколько требуется для того, чтобы он товар купил. Сама не знаю, откуда силы берутся!

Одним словом, после нашей встречи я *стала легко товар продавать*, — подвела итог бывший врач, — *потому что каждую минуту что-то да напоминает мне: цель сегодняшнего дня — деньги.* А удовольствие? УДОВОЛЬСТВИЕ У МЕНЯ ТЕПЕРЬ ОТ ТЕХ ВЕЩЕЙ, КОТОРЫЕ МОГУ КУПИТЬ, ОТ ОБРАЗА ЖИЗНИ, КОТОРЫЙ МОГУ ВЕСТИ, БЛАГОДАРЯ ЗАРАБОТАННЫМ ДЕНЬГАМ».

ГЛАВА 7

ПЕРВЫЙ УСПЕХ: КАК ЕГО ДОСТИЧЬ

Генерал Александр Лебедь когда-то с телеэкрана сказал: *«Я по жизни победитель!»*

ИМЕННО ОЩУЩЕНИЕ СЕБЯ ПОБЕДИТЕЛЕМ, ПУСТЬ НЕ ПО ЖИЗНИ, НО ХОТЯ БЫ В ТОМ ДЕЛЕ, КОТОРОЕ НАЧАЛ, — САМОЕ ГЛАВНОЕ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ЧЕЛОВЕК НЕ ТОЛЬКО НЕ УШЕЛ ИЗ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА ЧЕРЕЗ МЕСЯЦ-ДРУГОЙ, А, НАОБОРОТ, СТАЛ ПРОДВИГАТЬСЯ В НЕМ СЕМИМИЛЬНЫМИ ШАГАМИ. ЧТОБЫ ПОЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ПОБЕДИТЕЛЕМ В СЕТЕВОМ БИЗНЕСЕ, НАДО ВСЕГО ЛИШЬ ОСУЩЕСТВИТЬ ИЛИ НЕСКОЛЬКО ПРОДАЖ, ИЛИ ПОДПИСАТЬ НЕСКОЛЬКО КОНТРАКТОВ. ПРИЧЕМ СДЕЛАТЬ ЭТО НАДО В БЛИЖАЙШИЕ ДНИ, КАК ТОЛЬКО ЧЕЛОВЕК СТАЛ СЕТЕВИКОМ. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ЛЮБОМ ВИДЕ БИЗНЕСА НАДО НАЧИНАТЬ С ПОБЕДЫ, И ТОЛЬКО С НЕЕ! ТОГДА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БУДЕТ УСПЕШНОЙ.

Зарубежные специалисты прекрасно понимают этот закон. Но чтобы помочь начинающим сетевикам быстро одержать серию побед, западные психологи рекомендуют им свои первые шаги делать на так называемом теплом рынке, то есть распростра-

нять свою продукцию среди родственников, друзей и коллег по работе. Зарубежные специалисты мотивируют это тем, что сетевик этих людей знает лучше, чем посторонних, знаком с их проблемами, взглядами на жизнь, на опыте предшествующего общения отработал психологические подходы, поэтому ему, с большей вероятностью, удастся продать свой товар или рекрутировать в сеть.

Как бы не так! По крайней мере у нас в России.

Если начинающий российский сетевик, предложив свой товар знакомому, родственнику или просто симпатичному ему человеку, наткнется на отказ, он в отличие от сетевого западного не сможет легко забыть произошедшее и, не придав ему значения, продолжит предлагать свой товар следующим людям. Наоборот, начинающий российский сетевик будет мучительно переживать полученный отказ, подвергать сомнению качество предлагаемого товара или усомнится в своих способностях продавца. Если, предложив своему другу подписаться в маркетинговую сеть и тем самым помочь ему выправить материальное положение, российский сетевик услышит от друга в ответ упрек, что он-де хочет таким образом не помочь ему, а на нем заработать, то он на долгое время погрузится в самоанализ: а и впрямь ли он бескорыстно хотел помочь товарищу или последний прав, и корысть в самом деле присутствовала в мыслях? И если наш сетевик все же не обнаружит в себе корыстного умысла, то затем его мозг переключится на то, как довести искренность собственных намерений до сознания своего товарища. Он уже будет не продвигать товар в быт своего друга, а оправдываться перед ним.

Утверждение, что сетевой бизнес надо начинать со своих родных и близких, справедливо, но лишь

для западного общества. В странах Запада люди не так зависимы от межличностных связей, как это имеет место в России. Там веками в людях воспитывали самодостаточность, то есть умение выживать в одиночку, не ориентироваться на реакцию или мнение окружающих. В России все наоборот: нас учили жить, образно говоря, колхозом, своих целей достигать совместно с коллективом. Поэтому россияне очень зависимы от мнения окружающих и от той оценки, которую они дают как выдвигаемым ими инициативам, так и им самим.

Таким образом, начинающий российский сетевик, столкнувшись с отказом родственника или друга, тратит куда больше душевных сил на преодоление возникшего психологического стресса, нежели его западный коллега. А если эти отказы вдруг последуют один за другим, то стресс может оказаться столь силен, что уже после месяца работы в сети у человека просто не окажется сил преодолеть тяжесть от собственных неудач. И тогда он навсегда уйдет из сетевого маркетинга.

Почему русский человек так болезненно переживает отказ со стороны близких ему людей? Да потому, что он мысленно отождествляет себя с этими людьми, а значит, он переживает за них, берет на себя груз ответственности. Часто этот груз оказывается непосильным.

Виктория работала главным бухгалтером на процветающей фирме. У нее был хороший оклад.

Но денег, как известно, много не бывает, поэтому она решила подработать сетевиком. Виктория вступила в бестоварную маркетинговую сеть. «Посмотрите вокруг, — сказали ей в сети, — кто из ваших родных или близких людей нуждается в заработках? И предоставьте ему шанс».

На фирме в подчинении у Виктории работала молодая женщина, которую только что бросил муж, оставив с годовалым ребенком. Вот ей-то Виктория и решила «предоставить шанс». После недолгих переговоров подчиненная Виктории взяла в долг три с половиной тысячи долларов, внесла их в сетевой фонд... а затем у нее ничего не получилось с вербовкой новых членов сети. А ей надо было возвращать деньги. «Раньше она со своей зарплатой и так едва сводила концы с концами, — рассказывала мне Виктория. — А теперь из этих денег ей надо было отдавать долг. Я понимаю, что доставила большие неприятности этой симпатичной женщине, да еще в ситуации, в которой могла оказаться каждая из нас. Она — моя подчиненная, — продолжала Вика, — и не может высказать мне все, что думает о моем поступке. Сидит как немой укор. Я больше не смогла ходить на работу, где каждый день должна была видеть ее. Я уволилась с высокооплачиваемой должности и ушла из сетевого бизнеса, чтобы никогда больше не видеть жертв собственной деятельности».

Таким образом, россиянам начинать свой бизнес в маркетинговых сетях я рекомендую не с друзей и родственников, а по совершенно другой схеме. Но прежде чем начать разговор об этой схеме, я хочу привести читателям один пример.

Ко мне на прием пришел человек средних лет. Звали его Николай. Он приехал из Могилева. У Николая была мечта — честно заработать деньги. И как, наверное, уже догадался читатель, эта мечта была несбыточна. По образованию Николай инженер-лесотехник. А мечтал он прибыльно торговать пиломатериалами. Для осуществления своей мечты Николай брал в аренду участок леса, загонял туда соответствующую технику, договаривался с покупателями о цене

произведенных им бруса, досок и прочего продукта. Но только всегда его начинание заканчивалось одним и тем же: либо в последний момент местная администрация поднимала арендную плату, и продавать пиломатериалы по ранее оговоренным ценам становилось убыточным, либо приезжали крепкие парни на джипах и ставили перед фактом, что берут его под свою «крышу», естественно не бесплатно. С учетом стоимости внезапно появившейся «крыши» продажа продукта своего труда по старым ценам опять же становилась убыточной. По новым ценам товар никто брать не хотел. Вот и осталось Николаю бросить свою делянку и ночью пешком, порой через непроходимый лес добираться до ближайшего населенного пункта, чтобы начать жизнь сначала.

И вот тут-то мы и подходим к самому интересному, а главное, назидательному моменту нашего повествования. Для того чтобы заново начать жить, нужны деньги. Их у Николая после краха предприятия, конечно же, не было. Но он их всегда доставал. И, по словам Николая, делал он это следующим образом.

«Оказавшись без денег в незнакомом городе, — рассказывал Николай, — я первым делом начинал бродить по его улицам. С какой, как бы вы думали, целью? Я искал глазами мерзавца. Да, да, искал глазами человека, о котором моя интуиция подсказывала мне следующее: не знаю, что именно он совершил в своей жизни, но я точно знаю, что он — мерзавец и его следует наказать. Это наказание должен осуществить я. И осуществляю его, если беру у этого человека деньги.»

От этой мысли у меня за спиной словно вырастали крылья. Я не подходил, а буквально подлетал к нему и говорил, как правило, всегда одно и то же. «Я знаю, я просто чувствую, что вы — умный, по-

рядочный, а главное, предприимчивый человек. К другому я бы просто не обратился. Дело в том, что за углом дома напротив стоит великолепный импортный лесоукладчик. Его мне отдают всего за две тысячи долларов. А за углом дома, который за вашей спиной, стоит предприниматель. Он готов взять у меня именно этот лесоукладчик, но уже за пять тысяч долларов. Я бы провернул эту сделку самостоятельно, но вся беда в том, что в настоящий момент у меня в наличии есть только одна тысяча долларов. Поэтому я предлагаю следующее. Вы докладываете недостающую тысячу долларов, мы выкупаем лесоукладчик, а затем немедленно перепродаем его, но уже за пять тысяч «зеленых». Всю прибыль от сделки, естественно, делим пополам. Таким образом получается, что, вложив одну тысячу долларов, вы через полчаса получаете две с половиной тысячи. Вам просто повезло, что в трудную для себя минуту мой взгляд остановился именно на вас. Вы под счастливой звездой родились. Решайтесь!»

Поверьте, Сергей Николаевич, в моей практике не было ни единого случая, чтобы человек не «решился». Каждый из людей, выбранных мною для наказания, немедленно шел и приносил деньги. Затем он без тени сомнения отдавал их мне — абсолютно незнакомому человеку. Я клал деньги в карман, уходил за угол, где якобы стоял лесоукладчик, ловил первую попавшуюся машину и немедленно скрывался из города.

Поверьте, я не единожды пытался получить необходимые деньги абсолютно честно от симпатичных мне людей. Я объяснял им свою ситуацию, предоставлял гарантии возврата занятых мною средств. Не получалось ничего. Я мысленно становился на их место и понимал: я в такой

ситуации денег бы не дал. И у меня опускались руки. Я уходил ни с чем».

Примечательно в этом рассказе то, что Николай, очутившись, казалось бы, в безвыходной ситуации, интуитивно находил человека, к которому испытывал не симпатию (как сделал бы каждый из нас), а, наоборот, неприязнь. Он неосознанно делал это для того, чтобы не отождествлять себя с ним, а значит, не дорожить чувствами этого человека к себе, не дорожить последствиями во взаимоотношениях. Тем самым Николай попросту устранял все психологические барьеры на пути к деньгам этого человека.

Да, методы завладения чужими деньгами, которые использовал Николай, иначе как мошенническими не назовешь. Но КОГДА МЫ, ПОПАДАЯ В СЕТЕВОЙ БИЗНЕС, ДОЛЖНЫ В КРАТЧАЙШИЕ СРОКИ ПОЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ В НЕМ ПОБЕДИТЕЛЕМ, А ДЛЯ ЭТОГО, ПРЕДЛАГАЯ ЛЮДЯМ ПОСУДУ, ТУАЛЕТНУЮ ВОДУ ИЛИ ПИЩЕВУЮ ДОБАВКУ, ПОЛУЧИТЬ ЗА СВОЙ ТОВАР ИХ ДЕНЬГИ, МЫ ДОЛЖНЫ УБРАТЬ ВСЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ, ПРЕГРАДИВШИЕ НАМ ПУТЬ К ИХ ДЕНЬГАМ. ИНАЧЕ НАС ЖДЕТ ПОРАЖЕНИЕ.

Мария Владимировна вовлекла в финансовую пирамиду, существующую под эгидой оказания поддержки малого и среднего бизнеса, свою двоюродную сестру. Для вступления в вышеуказанную организацию необходимо было внести две тысячи восемьсот долларов. Сестра Марии Владимировны, как это водится, заняла вышеуказанную сумму, внесла ее и стала заниматься привлечением новых членов, конечно же, с их деньгами. Но, увы. За полгода деятельности так никого привлечь не смогла. Сумма долга обросла процентами, кредито-

ры стали требовать деньги в весьма жесткой форме, тогда муж неудачницы-бизнесменки пришел вместе с теми, кто вышибал из него деньги, к Марии Владимировне и, указав на нее, сказал: «Это она вовлекла мою жену в финансовую аферу, пусть она за нее и расплачивается». «Вышибалы» спросили Марию Владимировну: «Будешь рассчитывать?» Женщина почувствовала себя и впрямь виноватой в том, что вовлечением в бизнес поставила в трудное финансовое положение свою родственницу, и сказала «да». С тех пор она стала работать для того, чтобы выплачивать чужой долг, а не ради того, чтобы улучшить собственную жизнь.

Но что значит «работать»? «Работать» значит рекрутировать новых членов сети. А кого же рекрутировать? Опять же родных и близких людей. Мария Владимировна обратилась к двум-трем друзьям и во время беседы с ними поймала себя на мысли: а вдруг и у них ничего не получится в сетевом бизнесе? Что тогда: опять выплачивать за них собственные деньги? По словам женщины, ее обуял такой страх, что она решила вовсе уйти из сетевого маркетинга. Ко мне она пришла за советом: чем ей теперь заняться, чтобы прожить самой и вернуть долг за свою сестру.

Я объяснил Марии Владимировне, что ей вовсе не противопоказана работа в сетевом маркетинге. Просто ее психика не вынесла удара, нанесенного ей родственницей, и страх возможного впоследствии разрыва родственных и приятельских уз довершил свое дело. Никакой вины Марии Владимировны, никакого отсутствия способностей к сетевому бизнесу из имевшего место случая не простекало. Ее родственница сама была виновата в том, что не воспользовалась открывшейся ей возможностью приумножить имевшийся у нее капи-

тал посредством работы в маркетинговой сети. Она не сделала всего необходимого.

«Я понимаю, — ответила Мария Владимировна, — и в то же время после этого случая меня буквально обуревают страх, когда я лишь собираюсь подписать контракт с очередным клиентом. Впрочем, об этом я уже говорила. Как мне теперь работать?» И тогда я рассказал женщине историю про Николая из Могилева.

Прошло около полугода. Я случайно столкнулся с этой женщиной в Москве на Пушкинской площади. Мария Владимировна несказанно обрадовалась встрече. «Я как раз собиралась зайти к вам, Сергей Николаевич, для того, чтобы поблагодарить за данный мне совет, — щебетала она, — когда я вернулась домой после той нашей встречи, то сразу же стала перебирать в своей голове людей, которых отнесла бы к категории «мерзавцев», то есть тех, которым я хотела бы отомстить, изъяв у них две тысячи восемьсот долларов посредством вовлечения их в бестоварную маркетинговую сеть. А дальше захотят шевелиться — вернут свои деньги, да еще и заработают, не захотят — потеряют их навсегда. И так им и надо! Это и будет моя месть за некогда нанесенную обиду.

Первой всплыла в сознании одна из моих подруг, — продолжала рассказ женщина, — у которой не так давно был роман с моим мужем. Муж даже уходил к ней. Пожил там три дня и пришел обратно. Долго просил прощения, говорил, что ошибся. Подруга же в свою очередь заявила, что такой, как мой муж, ей в доме не нужен. «Живи с ним сама», — бросила она. Мне было вдвойне обидно — и за ее поступок, и за ее слова. Мы помирились, но обида в душе осталась. Я решила ей отомстить подсказанным вами способом — вовлечь в бестоварную маркетинго-

вую сеть, заставив внести две тысячи восемьсот долларов как начальный взнос. Господи, с какой легкостью, с каким удовольствием я осуществила свою мечту! Я соблазнила «подругу» баснословными прибылями, теми покупками, какие она сможет на эти прибыли сделать. Я видела, как загораются ее глаза, чувствовала, как у нее буквально кружится голова от тех перспектив, которые я ей описываю. В эти минуты я ощущала себя искусным пианистом, вдохновенно играющим на рояле, ударяющим то по одной, то по другой клавише, не совершая при этом ни одной ошибки. Мне почему-то припомнились слова, когда-то прочитанные в драме Сергея Есенина «Пугачев»: «Озлобленное сердце никогда не заблудится». Не заблудилось и мое сердце. Я безошибочно вывела свою подругу на нужный мне шаг: она рекрутировалась под меня, заплатив вступительный взнос. Причем большую часть денег ей пришлось занять. И опять же именно я сподвигла ее на это! Это была еще одна составляющая моей мести. Когда через месяц она прибежала ко мне и заявила, что у нее ничего не получается — не подписала ни одного клиента, не заработала ни одного доллара, у меня не возникло угрызений совести, как в случае с моей родственницей. Наоборот, я ощутила торжество победительницы, ощутила, что полностью отомстила ей за роман с моим мужем и за последующее оскорбление. Подруга с отчаянием спрашивала меня, как ей теперь возвращать деньги, взятые в долг. Я же, глядя ей прямо в глаза, повторяла одно и то же: надо работать и деньги появятся.

Самое главное, что, не найдя во мне ни сочувствия, ни жалости, ни раскаяния, эта женщина засучила рукава и стала выпутываться из создавшегося положения сама. И удача поверну-

лась к ней лицом. Сейчас это мой самый перспективный партнер первой линии. У нее самая большая структура.

Следующим человеком, которому у меня возникло желание отомстить подобным образом, была моя научная руководительница, которая едва ли не на два года отдалила дату защиты моей кандидатской диссертации. Все это время она требовала, чтобы я то делала за нее ее работу, то приглашала ее на шашлыки, то устраивала ей на работе дни рождения, именины, стояла вместо нее в очередях в магазине и прочее. Лишь с обретением ученой степени я отделалась от этой пиявки. Но два года жизни были для меня бездарно и унижительно потеряны.

Я отыскала бывшую патронессу все в том же научно-исследовательском институте, где когда-то готовила диссертацию. Узнала, что сегодня она едва сводит концы с концами — ведь наука осталась без финансовой поддержки, и, окрыленная откровенностью возможностью отмщения, предложила «помощь» — работу в маркетинговой сети. Я опять безошибочно нашла ключи к этой женщине, и она выложила требуемую сумму, а теперь работает не покладая рук, принося мне доходы.

Я не буду, Сергей Николаевич, перечислять всех моих подвигов, подведу итог: как вы и говорили, после ряда побед, а именно так я расцениваю привлечение новых членов, я обрела не только уверенность в себе на ниве сетевого маркетинга, но и почувствовала, что рождена на свет для того, чтобы работать именно в этом виде бизнеса. Одним словом, теперь я победительница!»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ К I ЧАСТИ

Самые страшные люди на земле — это учителя. Однажды я был на дне рождения у своей знакомой, сын которой поступил учиться на психологический факультет. Молодой человек был ужасно доволен тем, что он учится и, конечно же, своими успехами. Увы, я не разделял его оптимизма, потому что хорошо знал, как впоследствии мечутся выпускники этого факультета в стремлении заработать себе на жизнь полученными знаниями. Дело в том, что цель постижения знаний на том этапе, когда тебя учит учитель, — сдача экзамена этому же учителю. Если ты сдал экзамен, тебя хвалят, премируют, ставят в пример остальным, платят стипендию. Но то, какие знания ты должен усвоить, решает учитель. Задача ученика старательно воспроизвести их, и тот, кто старательнее воспроизвел их, чувствует себя на коне. А вот о том, насколько эти уроки окажутся полезными в реальной жизни после того, как за учащимся закроется дверь вуза, как-то не принято задумываться. Но самое главное не несет за это ответственности и учитель.

Я помню учителей самодовольных, непререкаемых, важно несущих свет знаний, за которыми когда-то шел сам. А затем спустя много лет встре-

чал их, но уже потерянными, слабыми, беспомощными и невольно задавал себе вопрос: зачем же я шел за этими людьми, почему я внимал именно их знаниям, почему я впустую потратил с ними время? И не находил ответа, потому что чувствовал, что все это на совести у человека, некогда назвавшего себя учителем.

Молодой человек, о котором только что шла речь, пришел на день рождения своей матери прямо из вуза, он был голоден. Во время праздника то и дело спрашивал: «Мама, можно я возьму со стола еще кусок ветчины или рыбы?», и мать утвердительно кивала головой. Я почему-то подумал: «Приди этот юноша и через десять лет к своей матери таким же голодным и попроси что-нибудь с ее стола, она вновь охотно его накормит. А приди он к своему учителю и скажи ему, что голоден, потому что не кормят те знания, которые он некогда у него усвоил, за которые имеет пятерки в зачетной книжке, и попроси есть, учитель отодвинет от него тарелку с едой, потому что в отличие от матери не отвечает за последствия преподанных некогда уроков.

Собрания сетевиков — это прежде всего нарядные дамы, бравурная музыка, накрахмаленные сорочки, это гром аплодисментов, это оптимизм в глазах, это счастье, которое каждый сетевик несет всему человечеству. Таковы условия игры. После моих семинаров для сетевиков, проводимых в разных городах России, ко мне обычно подходят организаторы и растерянно заявляют: «Люди говорят, что то, что вы рекомендуете, возмутительно, это жестоко. Это совсем не то, что им рекомендуют делать в бизнесе их лидеры, руководители подразделений или западные психологи. Словом, вы говорите совсем не то, чему их учили». Через неде-

лю-другую эти же организаторы звонят мне в Москву и с еще большей растерянностью сообщают: «Знаете, те самые слушатели семинара, которые громче всех возмущались публично, затем по одному подошли ко мне и шепотом на ушко сказали: «А вы знаете, то, что говорил Сергей Попов, работает. Именно эти приемы приносят нам деньги».

Как метко заметил Алексей Андреев: «Учитель — это не звание и не должность. Это стечение обстоятельств». Каждому из вас, господа сетевики, придется перенимать знания у самых разных людей и в том или ином виде сдавать экзамены. Это необходимо, чтобы быть принятым в строго определенный круг людей — сообщество. Маркетинговая сеть — тоже сообщество. Поэтому вы должны будете одобрительно кивать головой в ответ человеку, который в силу *стечения обстоятельств* стал для вас учителем. Но помните, сколь бы возвышенными и привлекательными не были его уроки, он не отвечает за их последствия. И если вы голодный придете к нему и скажете: «Учитель, переданные тобой знания не дали мне заработка», и протянете свою руку к его тарелке с едой, он тут же отодвинет ее от вас. Поэтому одно дело кивнуть головой в знак одобрения и согласия со словами учителя, совсем другое — начать следовать его советам. Последнее надо делать только в том случае, если вы немедленно опробовали услышанное на практике и получили обещанный результат. Пусть услышанное будет нелицеприятно, пусть оно перевернет все ваше сознание, пусть заставит содрогнуться — ничего страшного, лишь бы оно давало практический выход — в нашем случае — деньги. Тогда и только тогда преподанным урокам можно следовать.

Итак, подведем итог. Для того чтобы успешно стартовать в сетевом маркетинге, необходимо, во-первых, психологически подготовить себя к тому, что на начальных порах вам потребуется расходовать куда больше энергии, чем тогда, когда работали за оклад. Поэтому первая цель — открыть в себе все существующие энергоресурсы: научить вдохновлять себя грядущими удовольствиями и устранить деформации позвоночника, если таковые имеются. Во-вторых, следует одержать ряд быстрых побед для того, чтобы утвердить себя в уверенности, что вы взялись за свое дело. С этой целью надо пробудить в себе цепкость (вставить все недостающие зубы) и вызвать к жизни энергию «продуктивного страдания» — приучить себя выбрасывать старые вещи прежде, чем начать зарабатывать на такие же новые. А главное, надо выбрать из окружающих людей именно тех, которые вам не слишком приятны, и им первым продать свой товар, их первыми рекрутировать в сеть.

Часть II

**МАГИЯ ПРОДАЖ
И ВОВЛЕЧЕНИЕ В СЕТЬ**

ГЛАВА 1

ТЕПЛЫЙ РЫНОК И РАБОТА С НИМ

В предыдущей главе уже говорилось, что рекомендация зарубежных психологов строителям маркетинговых сетей сводится к тому, что *первым делом надо привлекать к участию в своем бизнесе тех людей, которые вас окружают, то есть родственников и друзей.*

Повторяю — это глубочайшее заблуждение, что именно ваши родные и друзья первыми помогут вам в ваших благих начинаниях, первыми подставят плечо и откроют свои кошельки. Дело в том, что У ЛЮДЕЙ, ДОЛГО И ПЛОТНО ОБЩАЮЩИХСЯ ДРУГ С ДРУГОМ, СУЩЕСТВУЕТ НЕКАЯ СУБОРДИНАЦИЯ ОТНОШЕНИЙ, ИНЫМИ СЛОВАМИ, КАЖДЫЙ ДОЛЖЕН ЗНАТЬ СВОЕ МЕСТО, ПРИЧЕМ НА ВСЮ ЖИЗНЬ. КОГДА ВЫ ПРЕДПРИНИМАЕТЕ КАКОЕ-ТО НАЧИНАНИЕ, ВЫДВИГАЕТЕ НЕСВОЙСТВЕННУЮ ЗАНИМАЕМОМУ ВАМИ МЕСТУ ИНИЦИАТИВУ, ВЫ РИСКУЕТЕ СЛОМАТЬ СЛОЖИВШУЮСЯ СУБОРДИНАЦИЮ, И ВОТ ЭТОГО ЛЮДИ НЕ ПРОЩАЮТ, ПОЭТОМУ ВСТРЕЧАЮТ В ШТЫКИ ВАШИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ДАЖЕ ЕСЛИ ОНИ РАЗУМНЫ И ПОЛЕЗНЫ.

Приведу такой пример. В нашей студенческой компании была девушка по имени Надя. Миниатюрная, хрупкая, никогда не таившая ни на кого обиду. Во время зимних походов или вылазок на чью-либо дачу Надю обязательно брали за ноги, переворачивали вверх ногами и окунали головой в снег под смех и улюлюканье всех присутствующих. Это была своего рода веселая студенческая традиция. Сама девушка не имела ничего против такого обхождения с ней однокурсников. Это было ее место в нашей компании. Прошло время. Надя стала довольно предприимчивым сетевиком и, как водится, начала предлагать свой товар нам, бывшим однокурсникам, а также стараться рекрутировать каждого из нас в свою сеть. Все эти попытки проходили также то на даче, то просто на лесной поляне у костра, потому что мы, однокурсники, сохранили прежние традиции проведения воскресных дней. Какова же была наша реакция? Терпеливо выслушав все, что она рассказывала о своем товаре и о возможностях, которые предоставляет работа в сети, и полностью согласившись с ней, мы, не сговариваясь, хватали ее, уже взрослую женщину, за ноги поднимали в таком виде вверх, а затем окунали головой в снег под смех и улюлюканье. Никому и в голову не приходило ни приобретать ее товар, ни подписываться в сеть.

Я задумался, почему у нас возникает именно такая реакция на вполне конструктивное предложение нашей бывшей однокурсницы. И нашел ответ. Много-много лет назад мы отвели этой девушке место в своей компании — служить развлечением для собравшихся посредством окунания ее головой в снег. Она в свою очередь с отведенным местом согласилась. Сегодня — последовать сове-

там Нади, купить товар, подписаться в сеть для каждого из нас означало изменить ее место в своей жизни, то есть предоставить ей более существенную роль. На этот шаг чисто интуитивно никто идти не хочет, потому что нельзя позволить себе следовать за человеком, который когда-то был для тебя шутком. Поэтому неосознанной реакцией всей нашей компании было желание поставить Надю на то место, которое мы когда-то ей отвели.

ЕСЛИ ВЫ В СВОЕЙ КОМПАНИИ ИЛИ В КРУГУ СВОЕЙ РОДНИ НЕ БЫЛИ ЛИДЕРОМ, ТО НЕ ВЕДИТЕ СРЕДИ ЭТИХ ЛЮДЕЙ АГИТАЦИОННУЮ РАБОТУ, ПРЕДПИСАННУЮ СЕТЕВЫМ МАРКЕТИНГОМ: НЕ ПРЕДЛАГАЙТЕ ТОВАР, НЕ РЕКРУТИРУЙТЕ НОВЫХ ЧЛЕНОВ. ПОДОБНО ВЫШЕУПОМЯНУТОЙ ДЕВУШКЕ, ВАШИ РОДСТВЕННИКИ И ДРУЗЬЯ НЕПРЕМЕННО «ПОСТАВЯТ ВАС НА МЕСТО».

ДРУГОЕ ДЕЛО, ЕСЛИ СРЕДИ РОДНЫХ ИЛИ ДРУЗЕЙ ВЫ БЫЛИ ЛИДЕРОМ. ТОГДА СМЕЛО РАБОТАЙТЕ С ТЕПЛЫМ РЫНКОМ. ВОТ ТОГДА СОВЕТЫ ИНОСТРАННЫХ ПСИХОЛОГОВ, ДЛЯ ВАС! ПОТОМУ ЧТО, ЕСЛИ КТО-ТО В ДЕТСТВЕ ИЛИ ЮНОСТИ ОТВЕЛ ИМЕННО ВАМ РОЛЬ ЧЕЛОВЕКА, КОТОРЫЙ ПРИНИМАЕТ РЕШЕНИЕ ЗА НЕГО, ОН И ВО ВЗРОСЛОМ ВОЗРАСТЕ БУДЕТ ТАКЖЕ ОХОТНО СЛЕДОВАТЬ ВАШИМ УКАЗАНИЯМ.

Вероника Васильевна была уроженкой Уренгоя. Председатель совета дружины в школе, секретарь комитета комсомола у себя на предприятии, она невольно создала рядом с собой круг людей, которые шагу не могли ступить без ее совета. Затем Вероника Васильевна вышла замуж и переехала в Москву.

Ее жизнь сложилась так, что она стала работать в сетевом маркетинге. Она пожаловалась мне, что работа идет не совсем удачно: «Не умею осваивать теплый рынок, в Москве достаточного количества людей, которые пошли бы за мной, нет». «Тогда поезжайте в Уренгой, — посоветовал я, — отыщите там тех, для кого вы когда-то были человеком, который за них решал, что им делать и как им жить, и именно этим людям предложите приобретать свои товары, именно этих людей агитируйте стать своими дистрибьюторами. И уверяю, вас ждет успех».

Вероника Васильевна впоследствии рассказывала, что когда она приехала в Уренгой и отыскивала там тех, с кем росла и училась, то, к ее собственному удивлению, эти люди, многие из которых достигли в жизни куда больших высот, чем она, охотно «сделали под козырек», как только она предложила приобрести ее товар и стать дистрибьютором в маркетинговой сети.

Почему? — недоумевала женщина. *«Если какие-то люди однажды отвели вам роль лидера, то они впредь охотно будут принимать вас в этом качестве»*, — пояснил я.

ТАКИМ ОБРАЗОМ, ТЕПЛЫЙ РЫНОК — МЕСТО ПЕРВЫХ ПОБЕД НАЧИНАЮЩЕГО СЕТЕВИКА — ЭТО ЛЮДИ, КОГДА-ТО ПРИВЫКШИЕ ЖИТЬ ВАШИМ УМОМ, ЛЮДИ, ДЛЯ КОТОРЫХ ВЫ ДАВНО ЯВЛЯЕТЕСЬ ЛИДЕРОМ.

Все вышесказанное, конечно, не означает, что, если вы не являлись лидером в среде своих друзей и родственников, то вам не следует работать с теплым рынком. Следует. Но не столько для обретения денег, сколько для другой, не менее важной цели. О ней сейчас и пойдет речь.

Да, среди так называемого теплого рынка существует немало людей, которым вы чем-то обязаны: кто-то спас вам жизнь на горной тропе, кто-то помог обрести семью, кто-то подсказал правильный выбор профессии и т. д.

Бесспорно, тому, что вы сегодня достигли, вы во многом обязаны своему ближайшему окружению.

НО ЕСЛИ ВЫ СЕГОДНЯ ЧЕГО-ТО НЕ ДОСТИГЛИ, ТО В ЭТОМ ТОЖЕ ВО МНОГОМ ВИНОВАТ ВАШ БЛИЖНИЙ КРУГ. ВАШИ РОДСТВЕННИКИ И ДРУЗЬЯ ПРИВИЛИ ВАМ ТАКИЕ ВЗГЛЯДЫ НА ЖИЗНЬ, НАСАДИЛИ ТАКИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОГРАММЫ, КОТОРЫЕ НЕ ПОЗВОЛИЛИ ВАМ ПОКОРИТЬ ТЕ ВЕРШИНЫ, МЫСЛИ О КОТОРЫХ ВАМ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ НЕ ДАЮТ СПОКОЙНО СПАТЬ. ЕСЛИ ВЫ ХОТИТЕ ДОСТИЧЬ ЭТИХ ВЕРШИН, ВАМ НАДО ИЗБАВИТЬСЯ ОТ ТЕХ ВЗГЛЯДОВ НА ЖИЗНЬ И ОТ ТЕХ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРОГРАММ, КОТОРЫЕ ВЫ ПРИОБРЕЛИ В ДЕТСТВЕ ИЛИ ЮНОСТИ.

Великий психоаналитик Зигмунд Фрейд писал: «СОВЕРШИТЬ ПОДВИГ — ЗНАЧИТ БРОСИТЬ ВЫЗОВ СВОЕМУ ОТЦУ И ПОБЕДИТЬ ЕГО».

Иван Сергеевич работал сразу в нескольких маркетинговых сетях, но ни в одной из них значительных результатов не достиг. Каждый раз при подписании контракта в новой сети его напутствовали советом работать в первую очередь с теплым рынком, и каждый раз эта работа не особенно ему удавалась. При встрече с Иваном Сергеевичем я обратил внимание на особенность его мировоззрения. Ни в одной из своих неудач он не винил себя. Причиной его низких заработков служил международный сионистский заговор против России, засилье лиц кав-

казской национальности, стремительно увеличивающееся население Китая и т. д. Вместо того, чтобы проанализировать, что именно он делает неправильно в процессе продвижения своего товара, мой собеседник постоянно сбивался на размышления о том, каким должно быть обустройство России, чтобы она пошла путем процветания и прогресса. Как уже догадался читатель, Иван Сергеевич не был человеком, от которого зависел исторический путь России. Он не был президентом и даже не был председателем Государственной думы. Он был механиком в одном из железнодорожных депо, а когда штат депо сократили, пошел работать в маркетинговую сеть, и тем не менее все свои неурядицы в сетевом бизнесе он связывал непременно или с внутренним несовершенством государственного обустройства России, или с внешним заговором против нашей страны.

«Откуда у вас такой «широкомасштабный» взгляд на жизнь?» — поинтересовался я. Иван Сергеевич объяснил, что еще в профессионально-техническом училище он столкнулся с наставником, который, собственно говоря, и вывел его в люди, научил профессии, порекомендовал на некогда хорошо оплачиваемую работу, много беседовал о жизни. «Макарыч (так звали наставника. — С. П.) для тебя все равно, что второй отец», всегда повторяла мне моя матушка, — доверительно поведал мне Иван Сергеевич. — Это он мне, еще мальчишке, рассказал о существовании жидо-масонского заговора против России, об экспансии в нашу страну кавказцев и китайцев, объяснил, что управление нашей державой несовершенно и именно из-за этого мы, простые люди, страдаем». «Интересно, а многого с такими взглядами добился в жизни ваш Макарыч?» — спросил я. «Нет, немного, — ответил Иван Сергеевич, — за-

нимается мелкой халтурой: кому машину подремонтирует, кому — газовую плиту или водопроводный кран». «А вы многого достигли?» — не унимался я. «Какое там! — горестно всплеснул руками собеседник. — Как из депо сократили, так второй год стабильных заработков не найду». «А знаете, почему вы не можете ничего достичь?» — жестко спросил я его. Тот недоуменно пожал плечами. «А потому что в своих неудачах вы не способны винить себя. У вас во всем виноваты или несовершенная власть, или заговор иноплеменников. Вы попросту не анализируете свои промахи, вы на них ничему не учитесь, а следовательно, не развиваетесь как человек». После недолгой паузы Иван Сергеевич сокрушенно закивал головой. «А знаете, кто виноват в том, что вы такой? — продолжал я. — Виноват именно ваш так называемый второй отец — Макарыч. Это он научил вас смотреть на жизнь так, чтобы самому не отвечать ни за что. Это он поставил вам такую психологическую программу. И пока вы не освободитесь от нее, вы не сможете пойти по жизни дальше, чем ваш наставник». «Вы правы, — грустно согласился Иван Сергеевич, — ведь, я тоже сейчас перебиваюсь тем, что кому машину подремонтирую, кому водопроводный кран подтяну. А как мне избавиться от этой негативной программы?» — вдруг поинтересовался он. «Для этого надо отомстить своему учителю. Подпишите своего наставника в маркетинговую сеть, — посоветовал я. — Вы должны будете наказывать этого человека за те бездарные уроки, которые он вам когда-то дал».

Следующая встреча с Иваном Сергеевичем происходила так, словно я общался с совершенно другим человеком — никаких сетований на власть или заговор иноплеменников. Он повто-

рял одну и ту же просьбу: «Подскажите мне, что я делаю не так, я опасаюсь, что я слишком мягок к себе». Я понял, произошедшие перемены — результат того, что он, образно говоря, «разобрался» со своим учителем. Я попросил Ивана Сергеевича рассказать, как это произошло.

«Я просто выполнил ваш совет, — ответил собеседник, — подписал под себя своего бывшего. Но далось мне это непросто. Сначала у меня язык не поворачивался обратиться к нему с таким разговором, ведь я привык ему доверять, привык жить его умом. Но затем я нашел в себе силы взглянуть правде в глаза. А когда взглянул, то справедливо обвинил его во всех своих сегодняшних неудачах и захотел отомстить. Ведь действительно я потратил кучу времени и сил на споры об обустройстве России, я рискуя жизнью защищал Белый Дом в 1993 году на стороне патриотов, и все это вместо того, чтобы обустроить собственную жизнь, решить насущные проблемы свои и своей семьи. И вот тогда я решил в качестве мести ввергнуть Макарыча в самую крупнокалиберную авантюру — в бестоварную маркетинговую сеть. Вступительный взнос туда был три с половиной тысячи долларов — фантастическая сумма для человека, который зарабатывает на жизнь мелким ремонтом машин или водопроводных кранов. Стань такая задача передо мной еще месяц назад, у меня просто опустились бы руки, ведь раньше я смотрел на этого человека как на изваяние, не замечая в нем никаких изъянов, а значит, не видя психологических подходов к нему. Пожелав его наказать, я вдруг немедленно обнаружил все его слабые стороны и главную из них — полную зависимость от желаний жены. Это она, недалекая женщина, всю жизнь требовала от

Макарыча сиюминутных заработков. Она не дала ему в молодости получить высшее образование, она уже в последние годы после произошедших в стране перемен не дала ему осмотреться, чтобы занять достойную нишу, а требовала мелких денег, но каждый день. Так он, мастер — золотые руки, и стал халтурщиком. Макарыч не нашел в себе сил противостоять жене, поэтому и создал оправдательную философию, мол во всех его неурядицах виноваты то иноплеменники, то несовершенство власти. Удобно, а главное, никаких претензий к себе. От его человеческой слабости, его взгляда на жизнь пострадал и я.

Так вот, заметив ахиллесову пяту своего наставника, я сконцентрировал свой удар именно на ней. Я, образно говоря, капал на мозги его жене, мол ее супруг общается с большим количеством людей и мог бы, пока ремонтирует машины, заниматься вовлечением клиентов в бестоварную маркетинговую сеть. Жена у Макарыча жадная — вот она и заставила его назанимать денег, вступить в сеть и одновременно с починкой техники вести агитацию.

После того как я подписал под себя бывшего наставника, я вдруг почувствовал, что хоть и моложе, а умнее его. Почувствовал, что вырос из его философии, из его взглядов на жизнь. Пусть это не покажется высокопарным, но, взглянув на своего вчерашнего наставника сверху вниз, я испытал, что совершил свой первый подвиг», — завершил рассказ Иван Сергеевич. «Поздравляю вас!» — сказал я собеседнику и искренне пожал ему руку.

ГЛАВА 2

РАБОТА С ХОЛОДНЫМ РЫНКОМ

Почему работу в сети рекомендуется начинать с родных и близких? Да потому, что вы обладаете достоверной информацией о том, какие именно нужды испытывают эти люди: им не хватает денег на то, чтобы достроить дом, им надо отселить дочь с зятем, у них неполадки в семье и нужны деньги на двойную жизнь и т. д. Эти и другие нужды, о которых вы достоверно осведомлены, и служат мотивировками для вовлечения своих близких в сеть.

Когда мы начинаем работать с теми, кто не являются для нас родными или друзьями, а значит, не знаем, зачем бы им могли понадобиться лишние деньги — наш вышестоящий лидер обычно учит нас следующему: ***приманка, на которую должен соблазниться человек, чтобы работать, не покладая сил, — перспектива богатой жизни.***

Наши сетевики добросовестно следуют этому совету, то есть старательно рисуют своим потенциальным клиентам красочные картины их обеспеченной жизни, а затем недоуменно сетуют на то, что россияне не бегут со всех ног вносить свои деньги за регистрацию (не спешат подписывать контракты), что они ***не хотят быть богатыми.***

Объяснение этому феномену найти просто. Западное общество с идеологической точки зрения

построено так, что человек, выйдя утром из своего дома и обнаружив, что его автомашина отнюдь не новая, костюм уже вышел из моды, а сам он живет в непрестижном районе, ощущает душевную дисгармонию. Та пропаганда, которую он воспринимает с газетных полос, с экранов телевизоров гласит: ты должен быть богат и только тогда ты будешь уважаем. И потому западный человек в первую очередь стремится быть богатым.

В одной из своих многочисленных поездок по России я стал участником такого события. Фермер, имеющий 300 гектаров земли, 20 единиц сельскохозяйственной техники, роскошный дом на крутом берегу реки, несколько автомобилей, познакомил меня со своим братом. «Вот человек, которым я горжусь и которому завидую!» — искренне произнес он. Наше знакомство происходило в избе у брата. Мужчина жил в такой бедности, что мне стало не по себе: не было ни стола, ни кровати — только лавка и голые бревенчатые стены. И тем не менее зависть фермера была неподдельной. Моему брату не нужна роскошь. Он — человек высокой духовности. Что же так исковеркало мировоззрение труженика-фермера? Это средства массовой информации. Если мы откроем отечественные печатные издания, то обратим внимание на то, что они пестрят заголовками, из которых следует, что *богатым быть не надо*.

Это взгляды наших отцов и дедов, которые всю жизнь боролись за то, чтобы на земле не было богачей. Если ты владелец печатного издания или телевизионного канала, то тебе нужно угождать именно этим взглядам, если хочешь, чтобы твое издание расходилось большим тиражом или чтобы на твоём канале было больше рекламы. Вот российские газе-

ты пестрят заголовками: «Банкир убит на пороге своей квартиры», «Директора магазина зарезали в лифте», «Киллер застрелил бизнесмена, когда тот набирал код на двери своего подъезда», «Владельца бензозаправки в лесу пытали, а потом задушили» и т. д. А сообщениями об арестах владельцев заводов, приисков, нефтяных компаний начинается едва ли не каждая информационная передача на телевидении. Вот и вышеописанный мною фермер, будучи от природы деятельным человеком, не мог сидеть сложа руки, но ни счастья, ни радости от созданных своим трудом благ не испытывал. Он завидовал человеку, который ничего не создавал, ничего не делал, а значит — не создавал опасности ни для себя, ни для своей семьи. А свое безделье прикрыл некой имитацией духовного подвига — что-то писал, но никому не показывал написанного.

Наше законодательство не преследует бездельников, оно преследует тех, у кого есть что взять, а значит, деятельных и состоятельных людей.

Таким образом, *у рядового россиянина в настоящий момент сложилось устойчивое мнение, что САМОЕ СТРАШНОЕ — ЭТО БЫТЬ БОГАТЫМ.*

По этой причине КОГДА ВЫ СОБЛАЗНЯЕТЕ РЯДОВОГО РОССИЯНИНА ГРЯДУЩИМ БОГАТСТВОМ, ВЫ ЧАЩЕ ВСЕГО ВПУСТУЮ ТРАТИТЕ ВРЕМЯ.

Андрей Владимирович четко выполнял установки своего вышестоящего лидера. Стоило ему познакомиться с человеком, которого, например, недавно сократили из государственного учреждения, он начинал напевать ему на ухо: «Пора вам, дорогой мой, кончать эту нищенскую жизнь. Хватит жить от зарплаты до зарплаты, сидеть от звонка до звонка. В сетевом маркетинге вы сам хозяин своему времени,

и заработки ваши неограниченны и не зависят ни от какого начальства — только от вас. Дальше Андрей Владимирович красочно расписывал грядущую жизнь: вы можете купить на заработанные деньги, например, недвижимость в Испании или в Швейцарии, можете заставить свои деньги работать, вложив в строительство бензозаправки или, например, магазина. Вы будете заметным уважаемым человеком, которого будут знать все. Андрей Владимирович с пеной у рта убеждал человека начать новую жизнь, и наконец огромными стараниями ему это удавалось. Окрыленный человек шел домой, чтобы раздобыть деньги, необходимые для начала работы в сети... и больше не давал о себе знать. Андрей Владимирович находил его, спрашивал, когда он начнет новую жизнь, и дальше слышал вот что...

Но прежде чем я расскажу вам услышанное этим сетевиком, должен предупредить читателя, что настоящее событие имело место в период борьбы за президентское кресло. Иными словами, шла борьба компроматов, и с телеэкранов то и дело показывали то недвижимость в Испании одного претендента, то недвижимость в Швейцарии покровителей претендента другого, и конечно же, показ сопровождался призывами проводить владельцев угодий за решетку. Поэтому когда Андрей Владимирович находил своего недавнего собеседника и напоминал ему, что, вступив в сеть, тот скоро станет владельцем недвижимости в Испании или в Швейцарии, то читателю нетрудно догадаться, что он слышал в ответ ненормативную лексику. Когда же неугомонный сетевик «передвигал стрелку» и говорил, что грядущие деньги не обязательно вывозить за границу, их можно вложить в производство у себя в стране, его спрашивали, а смотрел ли он последнюю хронику крими-

нальных новостей, украшением которой обязательно был репортаж с места убийства владельца какой-нибудь бензоколонки или арест владельца небольшого производства или магазина, проведенный бравыми спецназовцами, причем без особых доказательств вины владельца, а что называется «по подозрению». Дальше шли объяснения собеседника, что он хочет жить без этой головной боли. «Таким образом, — жаловался мне Андрей Владимирович, — человек, на убеждение которого я тратил едва ли не целый день, и тратил успешно, возвращаясь домой и окунувшись в привычный быт: телевизор, газеты, сплетни соседей, резко отбрасывал желание быть богатым в России, он хотел оказаться в ней незаметным. И как следствие, он не шел работать в маркетинговую сеть, а продолжал искать привычную для него работу от звонка до звонка в государственном секторе или у частного работодателя. У меня создалось впечатление, что я воюю с целой страной», — подвел итог Андрей Владимирович. И это действительно так.

А теперь о том, как все-таки можно нашего рядового соотечественника заставить заинтересоваться деньгами.

Кто хоть немного пожил в такой стране, как Россия, знает, что независимо от того, праведно ты жил или грешно, однажды для тебя обязательно наступит «черный день»: война ли начнется, обвалится ли курс рубля, станет ли происходить замена старых денег на новые или просто ты протаранишь своим «Запорожцем» 600-й «Мерседес». И вот тогда-то и понадобятся деньги. А откуда их тогда взять, если усиленно не работать сегодня, не готовиться загодя к этому неотвратимому «черному дню»?

Именно так подходить к нашим соотечественникам я посоветовал уже Антону Ильичу, когда он обратился ко мне с вопросом, почему ему никак не удастся вовлечь новых членов в финансовую пирамиду, организованную под эгидой фонда поддержки предприятий малого и среднего бизнеса. Как вы уже догадываетесь, доселе мужчина соблазнял своих сограждан именно грядущим богатством. «Увы, но в настоящий момент мы живем среди такого народа, где страх — это самый действенный рычаг, — сказал я Антону Ильичу. — Чтобы заставить что-то делать нашего соотечественника, его надо сначала как следует испугать. А испугав, следует немедленно подсказать ему плату за спокойный сон, то есть объяснить, сколько он должен заработать сегодня, чтобы спокойно ждать наступления завтрашнего дня, который может оказаться «черным». А затем, конечно, предложить ему заработать деньги через маркетинговую сеть». Через месяц Антон Ильич доложил как о проделанной работе, так и о ее результатах.

«Во-первых, — похвастался он, — я попытался развить ваш метод: не дознаваться каждый раз, какого именно «черного дня» ждет тот или иной мой собеседник, а просчитать наиболее часто встречаемые причины возникновения страха у людей тех социальных групп, с которыми мне приходится иметь дело в сетевом бизнесе. Первая группа — пенсионеры, люди пожилого возраста. Они более всего боятся, что в один «прекрасный» день состояние их здоровья может ухудшиться так резко, что они окажутся беспомощными, то есть не смогут принести себе ни пищи, ни лекарств. Вторая группа — матери-одиночки. Их страхи связаны с невозможностью удовлетворить какую-то часть запросов своих чад. Такие матери боятся, что ради ролико-

вых коньков или игровой приставки к компьютеру их сын возьмется по научению взрослого уголовника перетаскать какие-то коробки из подвала в автомобиль, и за этим занятием его и застанет милиция. В результате окажется, что дверь подвала была только что взломана, в коробках продукты или бытовая техника, а их ребенок — соучастник преступления. Третья группа — мужчины, опасющиеся, что отсутствие у них должного количества денег станет причиной того, что их жены найдут себе куда более обеспеченных спутников, и вместе с этим из их жизни уйдут те элементы комфорта, которые связаны с наличием в доме женщины и к которым они уже успели привыкнуть и т. д.

Вычислив основные страхи своих потенциальных клиентов, — продолжил свой рассказ Антон Ильич, — я стал объяснять им, что подобные жуткие ситуации и впрямь могут серьезно исковеркать их жизнь, но пока роковое событие еще не имело места, я советую немедленно встать на путь активной финансовой деятельности, в результате которой их ждут солидные прибыли. А уж за деньги можно сделать все. Старикам я объяснил, что будь у них солидная сумма, они без труда наймут себе и домработницу, и сиделку, которые обслужат их, если здоровье вдруг даст серьезный сбой. Матерей-одиночек я пугал историями о том, как легкомысленные подростки ради карманных денег становились преступниками со всеми вытекающими последствиями, и объяснял, что надо стремиться зарабатывать много и лишь тогда можно не беспокоиться за непредсказуемые шаги своего ребенка, когда ты способна выделить ему солидную сумму на карманные расходы. Мужчинам я растолковывал, что пока их жены еще не стали на путь поиска более состоятельных спут-

ников жизни (а это обязательно будет, если не удовлетворять потребностей женщины!), необходимо срочно подписаться ко мне в сеть (естественно, внося деньги), и когда их карманы оттопырятся от обилия купюр, то жены, уже решившие покинуть их, вернутся обратно, поскольку большинство женщин не только не любят, но и боятся серьезных перемен в своей жизни.

И что удивительно, Сергей Николаевич, — подвел итог мой клиент, — подавляющая часть моих собеседников быстро находила необходимую для взноса сумму и впоследствии активно вербовала новых и новых членов, используя тот же самый метод, что, конечно же, позитивно сказывалось как на моих заработках, так и на их собственных».

Итак, надо с грустью констатировать, *что в настоящий момент страх для наших соотечественников — куда более действенная сила, заставляющая их совершать поступательные шаги в будущее, нежели стремление к обустроенному быту или желание самоутвердиться за счет роскоши.*

Когда я высказывал подобную мысль на своих семинарах, то часто слышал в ответ возгласы: «Как можно призывать играть на самом низменном из человеческих чувств — страхе? Ведь мы тем самым причиняем человеку душевную боль, а занятие бизнесом должно приносить радость».

Я отвечал: **«БОЛЬ НЕОБХОДИМА ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ЗАСТАВИТЬ ЧЕЛОВЕКА ПОМЕНЯТЬ СВОЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СВОИХ ВОЗМОЖНОСТЯХ ЗАРАБАТЫВАТЬ ДЕНЬГИ. КОГДА ЧЕЛОВЕК ЗАРАБОТАЕТ СТОЛЬКО ДЕНЕГ, ЧТО ЗАГЛУШИТ СТРАХ ПЕРЕД ГРЯДУЩИМ «ЧЕРНЫМ ДНЕМ», ПЕРЕД НИМ ВСТАНЕТ ВОПРОС, ЧТО ДЕЛАТЬ**

ДАЛЬШЕ. И ВОТ ТУТ-ТО ОН ПОЧУВСТВУЕТ, ЧТО УЖЕ УМЕЕТ «ДЕЛАТЬ ДЕНЬГИ», А ЗНАЧИТ, С ПОМОЩЬЮ ИХ МОЖЕТ ОСУЩЕСТВИТЬ ЛЮБУЮ СВОЮ МЕЧТУ. А ЭТО И ЕСТЬ САМОРЕАЛИЗАЦИЯ ЕГО ЛИЧНОСТИ, ЭТО И ЕСТЬ СМЫСЛ ЕГО ЖИЗНИ».

Нечто похожее имело место с Аленой. Она некогда училась на дизайнера, но случилось так, что ранее замужество и появление на свет дочери Анечки помешали завершить образование. Брак не удался, и после развода Алена решила всю себя посвятить ребенку. Она пошла работать на текстильную фабрику, и ее зарплаты кое-как хватало на себя и на Анечку. Но как говорится: «Маленькие дети — маленькие беды. Большие дети — и беды большие». Когда Алениной дочери исполнилось тринадцать лет, она стала требовать то фирменные джинсы, то дорогую косметику. Мать со своей зарплаты не могла удовлетворять таких запросов. Однажды девочка заявила, что впредь будет решать свои проблемы сама. А как именно она могла их решать, матери было догадаться сложно, поэтому она лишь посмеялась над словами дочери. Но однажды ей встретился человек, которому она рассказала об этой ситуации. Этим человеком была мать Аниной одноклассницы. Она-то и поведала Алене, что сутенеров достаточно даже среди старшеклассников в школе, где учились их дочери. Женщина рассказала, как девочек с немого согласия учителей вместо уроков уводят в коттеджи сильных мира сего, откуда они возвращаются с подарками для себя и своих учителей и, конечно же, с пятерками в дневниках. Но иногда и не возвращаются вовсе, чтобы унести с собой тайну, в чьих именно объятиях они побывали. Так вот что вас ждет, если Анечка сама захочет решать свои про-

блемы, подвела итог мать Аниной одноклассницы. Чтобы уберечь дочь от попадания в зону риска, Алене требовались куда большие деньги, нежели те, что она получала на фабрике.

От мысли, что она не может предотвратить тот «черный день», когда ее несовершеннолетняя дочь станет проституткой, Алену прошиб холодный пот. Вся ее жизнь покатила под откос: сама не стала дизайнером, а дочь, которой посвятила жизнь, вот-вот окажется на панели. Что делать? — такой вопрос читался в глазах женщины. Этот взгляд, видимо, и перехватила мать Аниной одноклассницы. А дальше она посоветовала ей пойти работать в маркетинговую сеть, где работала сама, объяснила, сколько надо продать товара, сколько подписать людей, чтобы заработать те деньги, которые необходимы для того, чтобы удовлетворять запросы своей взрослеющей дочери и тем самым избежать «черного дня».

Видимо, страх увидеть свою дочь путаной или вовсе ее лишиться так подстегивал Алену, что она уже через несколько месяцев работы в маркетинговой сети заработала Анечке и на фирменные джинсы, и на дорогую косметику, и на многие другие прихоти девочки-подростка. У Анечки, по меркам одноклассниц, было все и, конечно, ей теперь просто не пришлось бы в голову торговать собой ради французской блузки или итальянских туфель.

Но запросы дочери показались Алене слишком мизерными по сравнению с теми финансовыми возможностями, которые открылись ей после начала работы в маркетинговой сети, и она стала думать, на что ей потратить деньги, которые охотно шли ей в руки. Тут-то она и вспомнила о своей мечте стать дизайнером, мечте, которую так и не успела осуществить. Нет, сказать «вспомнила» — сказать неправ-

ду. Алена втайне ждала тех дней, когда в стране сменится власть и восстановят бесплатное образование, и тогда она параллельно с работой продолжит учебу по любимой специальности. Сейчас же Алена благодаря деньгам, поступавшим к ней от работы в сетевом маркетинге, оплатила свое обучение и обрела специальность, о которой мечтала всю жизнь. Теперь она счастлива оттого, что занимается любимым делом, растит дочь и имеет деньги на «черный день». Но главное это то, что благодаря деньгам для нее самой открылось будущее, о котором она мечтала.

ГОСПОДА СЕТЕВИКИ, ВЫ ДОЛЖНЫ ОТДАВАТЬ СЕБЕ ОТЧЕТ В ТОМ, ЧТО НАРОД, С КОТОРЫМ ВЫ СЕЙЧАС РАБОТАЕТЕ, В БОЛЬШИНСТВЕ СВОЕМ ОБЛАДАЕТ ХОЛОПСКИМ МЫШЛЕНИЕМ. ОН ЖДЕТ ДОБРОГО И СПРАВЕДЛИВОГО БАРИНА В ЛИЦЕ ПРЕЗИДЕНТА СТРАНЫ, РУКОВОДИТЕЛЯ МЕСТНОЙ АДМИНИСТРАЦИИ ИЛИ ДИРЕКТОРА ЗАВОДА. ИМЕННО ЭТОТ БАРИН ДОЛЖЕН РЕШИТЬ ЕГО ПРОБЛЕМЫ. А ЕСЛИ СУЩЕСТВУЮЩИЙ БАРИН НЕ РЕШАЕТ ИХ, ЛЮДИ ТЕРПЕЛИВО ЖДУТ ПРИХОДА НОВОГО И ВСТРЕЧАЮТ ЕГО ПОЯВЛЕНИЕ СО СЛЕЗАМИ НЕПОДДЕЛЬНОЙ РАДОСТИ И НАДЕЖДЫ. И ТАК БЕЗ КОНЦА УЖЕ МНОГО ВЕКОВ.

СОВСЕМ НЕ ТАК ВЕДЕТ СЕБЯ АМЕРИКАНЕЦ ИЛИ ЕВРОПЕЕЦ. ТАМ ЛЮБУЮ ПРОБЛЕМУ РЕШАЮТ ДЕНЬГИ. ПОЭТОМУ ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА ЧЕЛОВЕКА СОСТОИТ В ТОМ, ЧТОБЫ ОНИ У НЕГО БЫЛИ. ПОЯВЛЕНИЕ НОВОГО ПРЕЗИДЕНТА ИЛИ НОВОГО ГЛАВЫ МЕСТНОЙ АДМИНИСТРАЦИИ ПОЧТИ НИЧЕГО НЕ МЕНЯЮТ В ЖИЗНИ РЯДОВОГО АМЕРИКАНЦА ИЛИ ЕВРОПЕЙЦА. ПОЭТОМУ ЕСЛИ

КОМУ-ТО ИЗ ВАС УДАЕТСЯ ВОВЛЕКАТЬ ЛЮДЕЙ В МИР, ГДЕ ВСЕ РЕШАЮТ ДЕНЬГИ, А НЕ ЧИНОВНИКИ, ВЫ ТЕМ САМЫМ ХОТЬ НА ШАГ ПРИБЛИЖАЕТЕ НАШУ СТРАНУ К ЕВРОПЕЙСКОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ. И ПОВЕРЬТЕ, ЛЮДИ, КОТОРЫХ ВЫ ОБРАТИЛИ В НОВУЮ ВЕРУ, ОБЯЗАТЕЛЬНО СКАЖУТ ВАМ «СПАСИБО». НЕ СЕГОДНЯ, ТАК ЗАВТРА.

Максим — молодой ученый. Столичной прописки у Максима не было, и поэтому свою научную деятельность он осуществлял в подмосковном филиале своего научно-исследовательского института. Там его и встретила Тамара, которая проживала в том же городке, где располагался филиал. Положение Максима было плачевным. В институте едва ли не год сотрудникам не платили зарплату. Тамара, в свою очередь, работала сетевиком и тесно сотрудничала со мной.

«Когда я искренне предложила Максиму работу в сети, чтобы поправить его материальное положение, — впоследствии рассказывала мне женщина, — то услышала в ответ: материальное положение изменится само. Вот выберут нового директора в головном институте, тогда сменят и руководство филиала — улучшится финансирование, появятся зарубежные партнеры, посыпятся заказы. Словом, следовало еще немного подождать, и деньги должны были посыпаться на Максима как из рога изобилия. Но городок у нас маленький, и здесь всегда знают истинное положение дел, знают и о том, что дни филиала сочтены. Не хотел этого знать только Максим. Обладая, по вашему выражению, «холопским мышлением», он возлагал надежды на приход нового барина, то есть на изменения в руководстве своего института.

Помня ваши уроки, как именно сетевнику следует работать с такими людьми, как Максим, я немедленно обрисовала ему грядущий «черный день»: закрытие филиала, крушение всех его гипотетических источников доходов, уход жены вместе с ребенком к какому-нибудь владельцу коммерческих палаток или хуже того — члену преступной группировки. Последнее означало, что Максим никогда не увидит сына, в противном случае местные бандиты закопают его в ближайшем лесу. Я так сгустила краски, что он схватился за голову и сказал, что ему теперь не для чего жить. Я корила себя за то, что переборщила. Но не прошло и трех дней, как Максим отыскал меня сам и попросил подписать его в сеть. Работал он не покладая рук, имел неплохие доходы, но меня избегал, как в детстве во дворе избегают мальчишку, который сильно тебя напугал. И вдруг он пришел ко мне веселый, счастливый, с букетом цветов и сказал: «Спасибо, Тамара, за все, что вы для меня сделали». Оказалось, что в этот день закрылся филиал института и несколько сотен бывших его сотрудников остались без средств к существованию. У Максима эти средства уже были! Нашлась у Максима и другая причина благодарить меня. Случайно достав с полки одну из книг, мужчина обнаружил в ней два билета до Череповца на имя жены и на имя сына. Максим знал, что в Череповце живет одноклассник его супруги, который некогда ухаживал за ней, затем оказался в тюрьме, а по выходе на свободу неплохо устроился в этом северном городе. Оба билета оказались с просроченной датой. Жена Максима ими не воспользовалась. А ведь когда-то хотела.

ГЛАВА 3

КАК СОБЛАЗНИТЬ ЛЮДЕЙ ПРИЙТИ В СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ

В предыдущей главе речь шла о том, как эффективно вовлекать в сетевой бизнес людей, работающих (или до недавнего времени работавших) в бюджетной сфере. Но десять лет рыночных отношений в России все-таки дали плоды. Появились соотечественники, у которых с миром денег сложились прочные, а главное, продуктивные взаимоотношения. Эти люди постоянно стремятся к увеличению своих доходов. Они изыскивают для этого всевозможные пути. Занятие сетевым маркетингом могло бы стать для них способом увеличения своих капиталов, а сетевик, вовлекший сложившегося бизнесмена в сеть, получил бы в его лице сильного лидера, способного как реализовать товар, так и умело строить собственную структуру. *Задача сетевого состоит в том, чтобы соблазнить такого человека заняться сетевым бизнесом.*

Что такое СОБЛАЗНИТЬ? Соблазнить — значит деликатно предложить человеку именно то, чего ему в данный момент недостает, а взамен получить от него то, чего не хватает вам.

СОБЛАЗНИТЬ МОЖНО, НАПРИМЕР, ДЕНЬГАМИ, КВАРТИРОЙ И ДАЖЕ СТАКАНОМ ПЕПСИ-КОЛЫ. НО САМЫМ ГЛАВНЫМ СО-

БЛАЗНОМ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА БУДЕТ СОСТОЯНИЕ ЕГО ДУШИ. КАЖДЫЙ ИЗ ЧИТАТЕЛЕЙ ЗНАЕТ, ЧТО БЫВАЮТ ТАКИЕ ОСОБЫЕ СОСТОЯНИЯ ДУХА, ЗА КОТОРЫЕ ОТДАШЬ ВСЕ, А ГЛАВНОЕ, ПОЙДЕШЬ НА КРАЙ СВЕТА, ПОСУЛИ ТЕБЕ МНОГОКРАТНОЕ ПОВТОРЕНИЕ ЭТИХ СОСТОЯНИЙ.

Вот об этих особых состояниях духа мы и поведем разговор.

Догадаться о том, какие именно психологические состояния являются вершиной удовольствий для конкретного человека можно по дате его рождения.

Тот, кто родился под знаком Овна (21.03—20.04), испытывает состояние эмоционального подъема и внутреннего комфорта в том случае, если идет к какой-то цели не один, а плечом к плечу с большим количеством людей. Так влияет на Овна планета Плутон — повелитель коллективных энергий. Эту специфическую особенность грех не использовать, если вы стремитесь вовлечь в сетевой бизнес человека, родившегося под этим зодиакальным знаком.

Гуля занималась распространением биоактивных добавок, созданных на основе растительности Черного моря. Однажды она познакомилась с женщиной, чьей предпринимательской деятельностью была торговля одеждой для полных людей. Новая знакомая Гули держала несколько магазинов, куда завозила импортные товары размером XXL и выше. Доходы от этого вида деятельности нельзя было назвать маленькими, но тем не менее они не устраивали предпринимательницу. Гуля решила сыграть на этом и предложила своей знакомой заняться сетевым маркетингом. Но женщина, умудренная опытом ведения коммерческих дел, занялась расчетами своих грядущих прибылей от сетевого бизнеса. Как

именно она их производила, останется тайной, но только результаты ее не вдохновили, и она наотрез отказалась подписать контракт. Гуля же чувствовала, что, рекрутируя она предпринимательницу, получит в ее лице очень сильного партнера первой линии, способного создать свою структуру, а значит, приносить большой доход. Но как соблазнить эту женщину заняться сетевым бизнесом, она не знала. Тогда Гуля обратилась ко мне.

Узнав, что предпринимательница появилась на свет 21 марта, то есть относилась к зодиакальному знаку Овна, я посоветовал Гуле пригласить эту женщину в большую компанию сетевиков, занимающихся распространением того же товара, что и Гуля, а там буквально заразить ее общим интересом к этому делу. Я гарантировал, что человек, родившийся под знаком Овна, за компанию займется любым делом, лишь бы окружающие его люди были преисполнены энтузиазма и уверенности в общем успехе.

Партнеры Гули по сетевому бизнесу были преимущественно женщины. Они часто вместе ходили в сауну. Туда-то Гуля и пригласила свою новую знакомую. У Гулиных коллег энтузиазма и веры в успех было хоть отбавляй. Даже в жаркой парилке они не переставали говорить о чудесных свойствах своего товара и о своих успехах в продвижении его на рынок. Еще до окончания сеанса владелица магазинов попросила Гулю подписать ее в сеть. «Мне все равно, чем заниматься, — призналась она, — лишь бы делать это вместе со всеми вами! От этого у меня становится тепло на душе!»

Того, кто родился под знаком Тельца (21.04—21.05), привлекает состояние финансовой независимости и полной самодостаточности.

Илья, являясь дистрибьютором бестоварной маркетинговой сети, обратил внимание на Оксану, которая вместе со своим мужем занималась таким видом коммерческой деятельности, как геодезические исследования местности под предполагаемое строительство. Дела у супругов шли неплохо, и Илья не знал, как и чем соблазнить Оксану заняться сетевым бизнесом. Я, узнав дату рождения геодезистки (15 мая), посоветовал Илье завести с ней разговор о том, что она, работая в паре с мужем, не может свободно распоряжаться заработанными деньгами. Она чувствует зависимость от мнения супруга, когда хочет приобрести ту или иную вещь. Она несамостоятельна в принятии решений в быту. Это состояние создает у Тельца чувство душевного дискомфорта, от которого последний неизменно стремится избавиться. Надо лишь подсказать ему способ избавления.

В нашем случае таким способом может быть появление у Оксаны дополнительных, а главное, самостоятельных заработков, которые она вольна тратить по своему усмотрению, вовсе не интересуясь мнением мужа на это счет.

Илья так красочно расписал женщине, какие приобретения, не спросив никого, она будет делать в будущем на деньги, которые заработает в сети, и как при этом будет себя чувствовать независимой и свободной, что Оксана доверительно призналась, что он прочел ее самые заветные помыслы, после чего подписала контракт.

Зодиакальный знак Близнецы (22.05—21.06) принято называть «шизоидным» знаком. Дело в том, что людям, рожденным в этом временном интервале, везет в жизни тогда, когда они направляют свои усилия на, казалось бы, совсем нереальные цели. Ин-

туция подсказывает Близнецам, где и в чем им должно повезти. Они уже было готовы ступить на избранный путь, но окружающие их люди, как правило, не дают им это сделать, поскольку, с их точки зрения, устремления Близнецов авантюры, а значит, обречены на провал. Посулить человеку, рожденному под знаком Близнецов, возможность осуществить свой «шизоидный» план, значит поселить в его душе самое неприятнейшее состояние, которым наградила его природа. Вряд ли он устоит перед таким соблазном.

Елизавета Ивановна мучилась от беспомощности создать собственную структуру. Проработав полгода в сети по распространению пищевых добавок, она не смогла подписать ни одного делового партнера первой линии. «Может быть, я вообще не способна к этому виду коммерческой деятельности?» — спрашивала она меня. «Давайте предпримем еще одну попытку, а потом уже будем делать выводы, — посоветовал я. — Назовите мне человека, которого вы стремитесь подписать в сеть, сообщите дату его рождения и будем действовать вместе». Елизавета Ивановна сказала, что хотела бы рекрутировать некую Таню, рожденную под знаком Близнецов. «Но она вполне обеспеченная женщина, — отметила моя собеседница, — вращается в богемной среде — режиссеры, артисты, писатели. Кто-то из них дарит ей подарки, кто-то снабжает деньгами. Не знаю чем и как ее можно завлечь в сетевой бизнес». «Если она принадлежит знаку Близнецов, — вслух рассуждал я, — то у нее должна быть так называемая шизоидная идея — план, который для остальных людей кажется абсолютно нереальным, а для самой Татьяны самым любимым и горячо желанным. Вы что-то знаете о нем?» Елизавета Ивановна задумалась, а

затем сказала: «Кажется, знаю. Однажды Таня говорила мне, что хотела снять фильм по сценарию своего друга, который рано ушел из жизни. Стоимость проекта, по самым скромным подсчетам, составляла полмиллиона долларов. Татьяна ходила от одного мецената к другому, просила деньги на фильм, сулила изрядную выгоду от его проката, но те, к кому она обращалась, в ответ лишь крутили пальцем около виска и говорили, что они в отличие от просительницы пока еще в своем уме и поэтому не собираются вкладывать деньги в это абсолютно гиблое дело». Тогда я посоветовал Елизавете Ивановне предложить Татьяне решить проблему финансирования своего проекта (хотя бы частично) через деньги, которые она сможет заработать в маркетинговой сети. «Я, конечно, попробую, — сказала собеседница, — но мне кажется, что Таня не сумасшедшая, чтобы поверить, что таким образом можно сдвинуть с места ее проект».

«Беру свои слова обратно, — сказала она, когда мы встретились вновь. — Я лишь успела связать между собой ее «шизоидную» мечту о создании фильма и возможность заработать на нее деньги в сетевом маркетинге, как она немедленно ухватилась за эту мысль. С моей точки зрения абсолютно нереальную. Но сегодня мы подписали контракт.

Люди, родившиеся под знаком Рака (22.06—22.07), ощущают себя на вершине блаженства, когда видят со стороны окружающих людей или конкретного человека пристальный, а главное, искренний интерес к их персоне. Рак всеми силами старается не потерять человека, который проявляет к нему неподдельное внимание. Этой психологической особенностью Рака надо уметь воспользоваться.

Лариса Олеговна рассказала мне о своем намерении вовлечь в маркетинговую сеть совсем еще молодого человека, который, как казалось женщине, мог бы быть неплохим работником, если бы всерьез взялся за дело. «Но чем его завлечь? — ломала голову женщина. — Он сын весьма состоятельных родителей и в деньгах особенно не нуждается». Получив от меня совет расположить к себе юношу пристальным вниманием к его персоне, она удалилась, а спустя некоторое время рассказала мне следующее.

«После моего разговора я вдруг припомнила, что у Славика (так звали юношу) была несчастная любовь. Его девушка встречалась с целой гурьбой ребят, а Славику только морочила голову. И вот как старший товарищ и к тому же женщина, я стала подробно интересоваться ходом его романа, не столько для того, чтобы дать дельный совет, сколько чтобы юноша почувствовал всю значимость происходивших с ним событий, значимость его собственной персоны для меня — постороннего человека. Как вы и предсказывали, Сергей Николаевич, юноша просто млел, воспроизводя мне каждую деталь разговора с любимой девушкой. Он старательно передавал не только ее слова, но даже интонации и сделанные в разговоре паузы. А уж собственную речь, адресованную своей избраннице, он воспроизводил еще подробнее. Я по несколько раз переспрашивала его, уточняла детали, и от этого он чувствовал важность своего повествования и всей своей личности. И вдруг я в одночасье перестала интересоваться Славиком и течением его романа, объяснив это отсутствием времени из-за внезапно навалившейся работы. «Вот если бы ты занимался тем же делом, — подбросила я ему мысль, — тогда у меня нашлось бы время для бесед с тобой». Не прошло и

двух суток, как Славик стал дистрибьютором моей маркетинговой сети».

Те, кто появился на свет под знаком Льва (23.07—23.08), имеют скрытое желание властвовать над людьми. Самореализация Львов заключается в том, чтобы как можно меньше делать что-либо своими руками и как можно больше заставлять окружающих работать вместо себя. Другое дело, что не всегда Лев способен жить в соответствии со своими скрытыми потребностями. Обстоятельства или полученное воспитание препятствуют этому. Однако те возможности, которые предоставляет человеку сетевой маркетинг, позволяют Львам стать самими собой.

Юлий (по знаку Зодиака — Лев) работал в научно-исследовательском институте в должности научного сотрудника. Его заставляли делать не только научную работу, вернее, именно ее делать никто не заставлял. Заставляли быть то курьером, то охранять ночью здание института (у руководства не было денег на содержание ВОХР), то выполнять ремонтные работы в обветшавшем здании этого же института и т. д. И все это не спросясь мнения самого Юлия. Короче, царственная, распорядительная составляющая природы Льва была загнана глубоко в подсознание, так как не находила выхода в его реальной жизни. Поэтому, когда сестра Юлия Маша обратилась ко мне с вопросом, каким способом ей вовлечь своего брата в маркетинговую сеть, я предложил ей довести до сознания Юлия то обстоятельство, что работа в сети позволит ему распоряжаться теми людьми, которых он под себя в перспективе подпишет. Он сможет командовать ими и в конечном итоге заставлять их работать вместо себя, что составляет скрытое стремление природы Льва.

Впоследствии Маша рассказала, что обрисованная брату перспектива так воодушевила его, что он стал лучшим лидером в ее структуре. Не осуществляя продаж сам, он то и дело муштровал своих деловых партнеров первой линии, заставляя их как можно больше реализовывать товара и вербовать новых членов. Маша доверительно сообщила мне, что ее брат наконец-то нашел себя.

Знак Дева (23.08—23.09) больше доверяет мнению авторитетного человека, чем самому себе.

Анжела долго не могла убедить свою подругу Риту, Деву по знаку Зодиака, работать в сети. Какие только аргументы она ни приводила, какие только ни сулила суммы заработка — ничто не могло соблазнить консервативную Деву. Я посоветовал Анжеле не заниматься впустую уговорами подруги, а переключить свое красноречие на человека, который был бы для Риты непререкаемым авторитетом, и уже этого человека убедить в том, что сетевой бизнес является сегодня самой перспективной формой коммерческой деятельности.

У Риты действительно был авторитет — преподавательница немецкого языка, с которой она поддерживала отношения спустя много лет после окончания вуза. Анжела занялась именно ею. И вскоре педагог стала ее дистрибьютором. А дальше, не прошло и двух недель, как несговорчивая подруга тоже стала звеном маркетинговой сети. Что ее заставило сделать это? Пример человека, служившего для нее авторитетом. Для тех, кто родился под знаком Девы, это самый веский аргумент.

На людей, родившихся под знаком Весы (24.09—23.10), безотказно действует внешняя безупречность соблазнителя, обходительность, уме-

ние предугадать, каких именно изменений к лучшему он ждет от жизни.

Поэтому Илье, который никак не мог завлечь в сеть своего друга Ильдара, я посоветовал не расхваливать красноречие, а привести друга на собрание сетевиков. На такие собрания люди обычно одеваются опрятно, изысканно, пребывают в приподнятом состоянии духа, преисполнены оптимизмом. Среди собравшихся много умудренных опытом людей, которые без труда угадают затаенные чаяния вновь прибывшего человека.

Так и произошло. Общая атмосфера собравшихся, их внешний вид и внимательное отношение к новичку расположило Ильдара к людям, занимающимся сетевым бизнесом. Но чтобы появиться среди них вновь, Ильдару было необходимо заняться тем же делом, что и они. Так он стал сетевиком.

Тот, кто произошел на свет под знаком Скорпиона (24.10—22.11), чувствует себя уверенно лишь в окружении большого количества людей и абсолютно не переносит одиночества. На этой особенности знака Скорпиона, конечно же, не грех сыграть.

Так поступил Егор, подписав в сеть свою тетю. Ей было 55 лет, и она просто панически боялась оставаться одна, поэтому то и дело докучала родственникам, в том числе и Егору, дотошно вмешиваясь в его жизнь. Егор обратился ко мне за советом, как избавиться от докучливой опеки своей тетки. Я, узнав, что Егор работает в сетевом бизнесе, посоветовал ему вовлечь туда и тетю. Пообещав, что таким образом эта женщина, рожденная под знаком Скорпиона, восполнит свою потребность общения с посторонними людьми и тем самым уменьшит свое внимание к родным. Егор так красочно расписал тете, с каким количеством людей ей

предстоит общаться, если она станет дистрибьютором его сети, что та немедленно прониклась идеей стать сетевиком. Впоследствии она и впрямь прекрасно справлялась со своими обязанностями, получая удовольствие от ежедневного общения с большим количеством человеческих особей.

Стрелец (23.11—23.12) — это знак дома. Стремление иметь собственный дом или уютно обставить уже имеющийся вызывает у Стрельца прилив вдохновения и сил и, как правило, сопровождается удачей. Работая во имя одной из этих двух целей, Стрелец чувствует себя комфортно. Поэтому вовлекая в сеть Стрельца, самое главное поселить в его разуме мысль, что именно сетевой маркетинг решит проблему, которая связана либо с обретением им собственного жилья, либо с созданием надлежащей обстановки в доме, если таковой уже имеется. (Надо помнить, что за собственное жилье Стрелец принимает лишь то, где фактически является хозяином.)

Вениамин жил в квартире жены и тем не менее, несмотря на хорошие взаимоотношения в семье, все время чувствовал себя не в своей тарелке. Однако причину своего душевного дискомфорта понять никак не мог. Предприимчивым и общительным Вениамином интересовалась Элла. Она считала, что Вениамин был бы прекрасным лидером с большой структурой, если бы его удалось вовлечь в маркетинговую сеть. Но именно этого ей никак не удавалось сделать.

«Я не знаю, чем его соблазнить, — жаловалась мне женщина, — у него есть все: работа с хорошим окладом, большая квартира». «Но во-первых, квартира не его, а жены, что всегда неприятно для Стрельца, — перебил я Эллу, — а во-вторых, его оклад на работе никогда не позволит

ему приобрести собственное жилье. Это он понимает. Посулите Вениамину, что работа в сети позволит ему приобрести квартиру, и уверяю вас, он всерьез задумается над вашим предложением».

Элла отработала через две недели: «Вениамин подписал контракт. Он стал активно работать в сети».

Для Козерогов (22.12—20.01) главное в жизни — дружба. Поэтому, прежде чем вовлечь такого человека в какое-либо мероприятие, надо стать его другом. А для этого лучше всего разделить с ним сырую палатку или приключение на курорте, побыть связанным с ним одной страховкой в горах или одним автомобилем во время отдыха, проведенного на колесах!

Поэтому когда Иван спросил меня, каковы его шансы вовлечь в сетевой бизнес Виталия, рожденного под знаком Козерога, я посоветовал ему не приступать к рекрутированию до тех пор, пока Иван не станет для Виталия другом. Близилось лето, и Иван, увлекавшийся водным туризмом, решил пригласить Виталия в поход по рекам Алтая, изобиловавшим порогами и другими водными преградами, для преодоления которых требовалось надежное мужское плечо. Мужчин подружил плот, на котором они две недели боролись со стихией алтайских рек и вышли победителями. Когда по возвращении домой Иван предложил Виталию заняться сетевым маркетингом, то немедленно услышал в ответ: «Я готов. Куда ты — туда и я. Ведь мы друзья!»

Водолеев (21.01—19.02) ведет по жизни стремление к разнообразию. А что может быть разнообразнее работы в сетевом маркетинге! Здесь придется встречаться с самыми разными людьми, использовать самые разные методы для продажи

своего товара или для вовлечения в сеть. Все это следует довести до сознания человека, рожденного под знаком Водолея, когда стремишься уговорить его стать сетевиком.

Ангелина была бухгалтером. Работу свою знала хорошо, да и работа кормила неплохо. Ее подруга Зоя поставила цель завлечь Ангелину в маркетинговую сеть. Поскольку бухгалтер была Водолеем, то я посоветовал Зое сыграть на том, что рутинная работа в бухгалтерии не востребует к жизни тайное стремление Ангелины к разнообразию. Зоя красочно описала своей подруге все самые непредсказуемые ситуации, в которых побывала она сама за годы работы сетевиком, и в ответ услышала: «Как я тебе завидую!» «А зачем завидовать? — спросила Зоя. — Присоединяйся!» Вскоре Ангелина уже работала в ее структуре.

Рыбы (20.02—20.03) — последний знак зодиакального цикла. Эти люди созданы для того, чтобы украшать жизнь! А значит, в них скрыто желание блистать. Но нельзя блистать, не видя перед собой восхищенной публики. По этой причине Рыбка всегда ищет тех, кто ею любит. Но такими людьми могут стать потребители предлагаемого ею товара или деловые партнеры первой линии. Нужно только, чтобы человек, рожденный под знаком Рыб, все это понял, тогда он сам охотно пойдет работать в сеть.

На этом свойстве Рыб умело сыграла моя клиентка Татьяна, когда вовлекала в сетевой бизнес свою подругу Настю, рожденную 15 марта. «Ну перед кем ты сейчас можешь продемонстрировать свои многочисленные наряды, бриллианты, которые достались от бабушки? Перед пятью сотрудниками конструкторского бюро, в котором работаешь? И все? — гневно

говорила она. — Иди работать в сеть, и каждую неделю тебя будут видеть пятьдесят, а то и сто человек. Вот они-то по достоинству оценят и тебя саму, и все то, что ты на себя надеваешь. Ты создана для того, чтобы всех восхищать. В сетевом маркетинге будет кому по достоинству оценить тебя». Уговаривать пришлось недолго. Тщеславной Насте вскружило голову предложение, сделанное ей подругой. И она не смогла от него отказаться.

**СТРЕМЯСЬ ВОВЛЕЧЬ В СЕТЕВОЙ БИЗ-
НЕС ЛЮДЕЙ, НАДО ОБЯЗАТЕЛЬНО УЧИТЫ-
ВАТЬ ИХ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННО-
СТИ, КОТОРЫЕ ПРОДИКТОВАНЫ ПРИНАД-
ЛЕЖНОСТЬЮ К ТОМУ ИЛИ ИНОМУ ЗНАКУ
ЗОДИАКА.**

ГЛАВА 4

ТИП ЛИЦА И ПОДХОД К ЧЕЛОВЕКУ

Чтобы безошибочно найти подход к человеку, следует помнить одно правило: УНИВЕРСАЛЬНОГО ПРИЕМА НЕ СУЩЕСТВУЕТ. ВСЕ ЛЮДИ ПО-РАЗНОМУ ОЩУЩАЮТ ОКРУЖАЮЩИЙ МИР И СВОЕ МЕСТО В НЕМ. ВСЕ ЛЮДИ ПО-РАЗНОМУ ПОНИМАЮТ СОСТОЯНИЕ БЛАЖЕНСТВА. А ЗНАЧИТ, СТРЕМЯТСЯ К РАЗНЫМ ЦЕЛЯМ. ДРУГОЕ ДЕЛО, ЧТО ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ТИПЫ ЛЮДЕЙ И ВПРЯМЬ ОБЪЕДИНЕНЫ ОБЩИМИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯМИ О ЖИЗНИ И ОДИНАКОВО ЧУВСТВУЮТ СОСТОЯНИЕ ДУШЕВНОГО КОМФОРТА. ЭТО ОБЪЯСНЯЕТСЯ ТЕМ, ЧТО В ОРГАНИЗМАХ ЭТИХ ЛЮДЕЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ ПРОТЕКАЮТ ПО ОДИНАКОВЫМ СХЕМАМ. О том, что это за схемы и как по внешним признакам различить людей с теми или иными психологическими особенностями, и пойдет разговор в настоящей главе. А главное, здесь будут даны рекомендации, как умело этими особенностями пользоваться.

Начнем с того, что цвет глаз человека свидетельствует о доминирующей в его организме тенденции распоряжаться собственной энергией.

От людей с ХОЛОДНЫМ цветом глаз — серым, голубым, синим — природа требует постоянного выброса энергии. Это люди, которые осознанно или нет стремятся преобразовать окружающий мир. Другое дело, что жизнь многих из них складывается так, что им это преобразование не удастся. Поэтому если вы стремитесь вовлечь в сетевой бизнес обладателя глаз холодного цвета, будет ошибкой использовать такой аргумент, что, *достигнув определенного статуса в сети, ты будешь, ничего не делая, получать деньги, а за тебя будут работать другие.* Так ошибочно поступила Рая при попытке рекрутировать в сеть свою подругу Алису и была немало удивлена тем, что последняя осталась совершенно безразличной к перспективе получать деньги «лежа на печи», ведь саму Раю завлекла в сеть именно эта перспектива. Когда Рая поинтересовалась у меня причиной своего фиаско, показав при этом фотографию Алисы, я объяснил ей, что Алиса и она, Рая, *по-разному воспринимают мир.*

Рая была кареглазой (то есть всегда испытывала недостаток энергии) поэтому и стремилась как можно меньше расходовать себя, а следовательно, охотно прельстилась перспективой грядущего безделья, в то время как Алиса обладала голубыми глазами, и ее внутренней потребностью было избавиться от переполнявшей ее природной энергии. Тем более что Алиса работала кладовщицей. Эта деятельность никак не могла способствовать тому, чтобы проявить инициативу или воплотить в жизнь свое видение мира. Я посоветовал Рае обрисовать Алисе другую перспективу работы в сетевом маркетинге: деятельность, открывающую перед ней неограниченные возможности. Здесь и умение самой продавать товар, и искусство завлечь в сеть людей,

и талант заставить последних работать не за страх, а на совесть, и возможность перекачать заработанные в сети деньги в другие формы бизнеса и т. д. После нашей беседы Раиса, что называется, «сменила пластинку», и вскоре ее подруга не только подписалась в сеть, но и стала самым активным лидером структуры, созданной моей собеседницей.

Люди, обладающие теплым цветом глаз (карим, желтым, черным), как я только что писал, страдают дефицитом природной энергии. Завлекая их в сетевой бизнес, им не следует рассказывать, как много предстоит работать, чтобы в конце концов обрести тот образ жизни, о котором они мечтали. Их действительно эффективнее соблазнить, как одну из героинь моего предыдущего сюжета, Раю, перспективой ничего не делать самому, а хорошо жить, когда за тебя работают другие.

Надо помнить о том, что люди, обладающие теплым цветом глаз, дьявольски обаятельны и, работая с ними, лидер не должен призывать их к активному каждодневному труду, наоборот, ему следует говорить своему теплоглазому партнеру: «Ты особенно не усердствуй, а попытайся добиться своего «малой кровью» — искренне улыбнись человеку и он твой: и товар купит, и в сеть подпишется».

Кареглазую Оксану работать в сетевом бизнесе соблазняли двое: бывший одноклассник Валентин и подруга по работе Галя. Первый соблазнитель расписывал, как много ей предстоит работать, но зато, как много она сможет в перспективе получать. Вторая соблазнительница, наоборот, рассказывала, что, когда-либо создав собственную сеть, Оксана сможет получать весьма средние деньги, но зато ради них ей ничего не надо

будет делать. Не мудрено, что кареглазая Оксана стала дистрибьютором Галины, а не Валентина.

В психике ЗЕЛЕНОГЛАЗЫХ людей прослеживается тенденция служить идеалам, почерпнутым когда-то в юности.

Так, например, Евгений в подростковом возрасте мечтал быть автогонщиком, а работал менеджером на молокозаводе. Его друг Константин что только не делал для вовлечения Евгения в сетевой бизнес — никакие аргументы не действовали. Однажды Константин случайно обронил: «В сети будешь зарабатывать столько, что купишь себе спортивный «феррари». Отношение Евгения к сетевому бизнесу вдруг резко изменилось: он стал внимательно слушать рассказы своего друга о финансовых возможностях сетевиков, о способах увеличения их доходов. Вскоре он подписал контракт.

Когда Константин спросил у меня, почему вдруг одной фразой удалось изменить отношение своего друга к сетевому бизнесу, я, глядя на фотографию Евгения, ответил: «Ваш друг обладает глазами зеленого цвета, а это значит, что всю жизнь будет носить в себе желание осуществить какую-то юношескую мечту. Вы пусть и случайно, но нажали именно на эту клавишу в его душе».

Люди с СЕРО-КАРИМИ глазами обладают смешанной энергетикой: в какие-то моменты жизни они ощущают в себе избыток сил, в какие-то — недостаток. Поэтому вовлекать их в маркетинговую сеть конкретной перспективой много работать и много зарабатывать или же, наоборот, не ударять палец о палец, не эффективно, так как люди с серо-карими глазами сами не знают, чего хотят. Вернее, известно, что они в конце концов хотят жить по принципу «с какой ноги встану». Именно

такой перспективой их и следует прельщать, чтобы вовлечь в сетевой бизнес.

Все подружки Розы были сетевиками, и, естественно, каждая из подруг стремилась вовлечь ее в свой бизнес. Какие только не обрисовывали ей радужные перспективы. Роза, поразмыслив, отказывалась наотрез. У женщины были серо-карие глаза, и одной из ее подруг я посоветовал: «Расскажи Розе о том, что, став сетевиком, она сможет жить по принципу «с какой ноги встану», то есть хочет активно работает сама, а хочет — отдыхает где-нибудь на Канарах, а получает деньги от работы своей сети и т. д. Моя собеседница воспользовалась советом и вскоре подписала в сеть доселе несговорчивую подругу.

Люди с ЗЕЛЕНО-КАРИМИ глазами очень ценят справедливое отношение к себе. Поэтому, вовлекая их в сетевой маркетинг, следует использовать следующий аргумент: только в сети вы будете оценены по заслугам как в материальном плане, так и в плане отношения к вам людей.

ЕЩЕ ОДНА ЧАСТЬ ЛИЦА, КОТОРАЯ ОКАЗЫВАЕТ РЕШАЮЩЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МИРООЩУЩЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА, — НОС.

СТАРАТЬСЯ ВОВЛЕЧЬ КОГО-ЛИБО В МАРКЕТИНГОВУЮ СЕТЬ, НЕ УЧИТЫВАЯ ФОРМУ НОСА, — ВПУСТУЮ ТРАТИТЬ ВРЕМЯ.

Если ваш потенциальный дистрибьютор обладает курносым носом, то нет необходимости приводить ему весомые аргументы, подтверждающие его доходы, подпишись он в маркетинговую сеть. Такого человека легче всего соблазнить «ветром грядущих перемен».

Игорь встретил на сочинском пляже свою бывшую однокурсницу Ларису, обладавшую милым

курносым носиком. Лариса рассказала Игорю, как много добилась, поработав по полученной в институте специальности программиста, затем, как преуспела, открыв малое предприятие по пошиву одежды. Сам Игорь был моим давним клиентом, поэтому хорошо знал, как воздействовать на психику людей, обладающих курносым носом. Поэтому он лишь сказал Ларисе: «Ты столько добилась в разных областях человеческой деятельности. А не хочешь ли теперь попробовать себя в сетевом маркетинге?» Лариса немедленно заинтересовалась: «А что это?» Игорь подробно описал эту форму деятельности. Лариса пожала плечами: «Я в таком еще не участвовала». «А не слабо попробовать?!» — подзавел ее мой клиент. «Не слабо!» — дерзко ответила Лариса, и вскоре она уже работала в структуре Игоря.

Людям, обладающим носом в форме орлиного клюва, больше всего импонируют собственные тугие кошельки и те плотские удовольствия, которые впоследствии можно будет покупать за деньги.

Джамиля обладала носом, точь-в-точь напомним орлиный клюв. Жила Джамиля в Курске, где сплошь да рядом одни курносые люди. Они-то и пытались ввести женщину в сетевой бизнес и, конечно же, прибегали для этого к аргументам, которые были им близки и понятны: «А не слабо ли тебе, Джамиля, попробовать себя в сетевом бизнесе?» или «А не хочешь ли, Джамиля, бросить старую жизнь и начать новую?» и т. д. Джамиля каждый раз недоуменно пожимала плечами и отвечала отказом. Одной из курянок попала в руки моя книга «Кто твой суженый», где я описывал методы прельщения представителей противоположного пола в зависимости от их внешности. Читательница решила переиначить прочитанное так, чтобы прельстить Джамии-

лю работать у себя в сети. Она сказала ей, обладавшей носом в форме орлиного клюва: «Работая сетевиком, ты будешь иметь так много денег, что сможешь каждый день питаться в самом дорогом ресторане, где, сама знаешь, очень вкусно готовят. На эти деньги ты сможешь содержать молодого любовника, который будет ублажать тебя по первому твоему желанию. Ты сможешь покупать себе много-много золотых украшений и одевать их все сразу, и тогда другие женщины будут смотреть на тебя с уважением и завистью». Описанная перспектива так подействовала на Джамилу, что она, долгое время отказывавшаяся быть сетевиком, вдруг засучив рукава с головой окунулась в этот бизнес. Сделала она это потому, что увидела в перспективе чисто плотские удовольствия.

Люди, чей нос прямой, обладают повышенным чувством собственного достоинства. Именно на этом следует и играть. В таком случае *предварительно надо выяснить, чем именно достоинство такого человека ущемлено.* Кто-то чувствует себя «униженным и оскорбленным» из-за того, что его не пропускают вверх по служебной лестнице и тем самым не дают раскрыться его таланту руководителя, кто-то живет с аналогичным ощущением из-за того, что не способен заплатить за себя в магазине или в ресторане и т. д. Выведайте, что именно прижимает к земле обладателя прямого носа и посулите ему избавление от давящих комплексов в том случае, если он подпишется в вашу сеть.

Рита долго и безуспешно пыталась рекрутировать Ярослава, чей нос, как догадался читатель, был прямым. «Разберитесь, чем ущемлено достоинство этого мужчины, — посоветовал я Рите. Ярослав страдал близорукостью и почему-то очень стеснял-

ся носить очки, а точнее, в очках он чувствовал себя не совсем полноценным человеком. Рита рассказала ему о возможности избавиться от дефекта зрения, если сделать соответствующую операцию. Правда, дорогостоящую. Денег у Ярослава на такую операцию не было. Но он загорелся. И тогда Рита подарила ему вторую идею: заработать деньги через сеть. Ярослав, который долгое время отказывался работать в сети, немедленно согласился.

Люди, чей прямой нос украшает горбинка, тщеславны. Рекрутируя их, лучше всего делать упор на то, что, добейся они успеха в сетевом маркетинге, на них будут взирать тысячи глаз, а их портретом будет украшен каждый офис сети, в которой они работают.

Люди с длинной и тонкой шеей всегда склонны к познанию чего-то нового, люди, чья шея короткая и толстая, — консерваторы. Это надо учитывать, подбирая аргументы для вовлечения в сетевой бизнес.

Люди, чьи уши маленькие и сильно прижаты к голове, легко соблазняются перспективой сексуальных развлечений на новом рабочем месте. А люди, чьи уши крупные и сильно оттопырены, наоборот, не прельщаются сексуальными перспективами, но зато они охотно готовы работать там, где раскроются их неординарные возможности, где проявят себя многочисленные таланты.

ИЗУЧИВ ТАКИМ ОБРАЗОМ ЛИЦО ЧЕЛОВЕКА И ПРИСОВОКУПИВ ДАТУ ЕГО РОЖДЕНИЯ, МОЖНО СОСТАВИТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ СХЕМУ РАБОТЫ С НИМ, ЦЕЛЬ КОТОРОЙ — ВОВЛЕЧЕНИЕ В СЕТЕВОЙ БИЗНЕС.

«Рашид — обладатель черных глаз, прямого носа с горбинкой, толстой шеи. Его уши маленькие и сильно прижаты к голове. Дата его рождения —

8 сентября. По знаку Зодиака он Дева. Чем и как завлечь его в сетевой маркетинг?» — ставит мне вопрос Юлия, оказавшись на консультации. Я отвечаю: «Во-первых, посулите Рашиду, что деньги вскоре станут приходить к нему без труда за счет работы организованной им структуры. Во-вторых, добавьте, что и саму структуру ему надо создавать, отнюдь не проливая семи потов, а лишь прибегая к своей обаятельной улыбке как к лучшему аргументу. Черноглазый Рашид не стремится в перспективе работать, наоборот, он прельстится хорошо жить за счет грамотной организации труда подписавшихся на него людей. Причем сподвигнуть людей работать, проливая семь потов, он хочет посредством личного обаяния, а не серьезной аргументации.

Красочно распишите Рашиду, как его будут почитать те сетевики, для кого он станет лидером, как будут приводить его в пример своим детям, как будут носить в своем портмоне его фотографию «на удачу». Человек, чей прямой нос украшает горбинка, обязательно прельстится перспективой славы и людского почитания. Убедите его в том, что в сетевом бизнесе ему не придется делать ничего нового: просто доводить до сведения людей преимущества продаваемого товара и объяснять, как выгодно работать в этом бизнесе. Операции, которые он много лет проделывал, когда работал менеджером по продажам на мясокомбинате или когда занимался связями с общественностью на фирме, торговавшей безалкогольными напитками (об этих штрихах биографии Рашида я был, конечно же, осведомлен. — С. П.).

Шея у Рашида короткая и полная, поэтому он охотнее согласится делать знакомые операции, нежели постигать новые.

Поскольку уши у Рашида маленькие и сильно прижаты к голове, то для него весомым аргументом станет тот факт, что в сетевом маркетинге работают преимущественно женщины, а значит, помимо заработков его в перспективе ждут и многочисленные любовные приключения. Обладатели подобных ушей часто ставят секс превыше денег.

Если все вышеперечисленные аргументы не возымеют действия, прибегните к последнему. Разузайте, кто служит авторитетом для Рашида и найдите ключ к нему. Этот авторитет должен безапелляционно заявить Рашиду, что сетевой бизнес — это его самое перспективное будущее. Рашид по знаку Зодиака Дева, и если он не доверяет выдвинутым аргументам или возникшим в душе соблазнам, то обязательно поверит человеку, служащему для него авторитетом».

Юля записала на плеер мой монолог и впоследствии воплотила в жизнь приведенные рекомендации, а затем долго удивлялась, как Рашид охотно согласился работать в ее структуре.

ГЛАВА 5

ИМЯ И ПОДХОД К ЧЕЛОВЕКУ

ТОТ ФАКТ, ЧТО ИМЯ, ДАННОЕ ЧЕЛОВЕКУ ПРИ ЕГО РОЖДЕНИИ, ОПРЕДЕЛЯЕТ ЕГО ХАРАКТЕР, НЕ ВЫЗЫВАЕТ СОМНЕНИЯ. И вот почему.

Имя составляют буквы, а буквы — это звуки. Звук — это волна. Каждый звук, будь то, например, А, Е или У — волна строго определенной частоты. Известно, что волны воздействуют на организм, причем волна каждой частоты воздействует по-своему. (Это явление давно используется в медицине.)

Предположим, что буквы как звуковые волны, составляющие имя человека, действуют на него в моменты, когда окружающие называют его по имени. (Подобное происходит десятки раз в день на протяжении всей жизни.) Эти волны обладают способностью формировать в человеке разнообразные душевные качества, например, дерзость, осторожность, упрямство и прочее.

Вот какие качества формируют в человеке те или иные звуки, записанные в виде букв русского алфавита.

- А — работоспособность
- Б — авантюризм
- В — стремление планировать жизнь
- Г — брезгливость

- Д — хваткость
- Е — властность
- Ж — стремление к эстетизации
- З — занудство
- И — уравновешенность и мудрость
- Й — беспочвенные сомнения
- К — стремление к замкнутости
- Л — стремление к комфорту и телесным удовольствиям
- М — стремление постигать жизнь через личный опыт
- Н — сердечная привязчивость
- О — ограниченность, принципиальность, консерватизм
- П — непостоянство, умение достигать цели быстрым натиском
- Р — твердость, верность слову
- С — искрометность, умение обворозить, жажда славы
- Т — жажда впечатлений
- У — затаенная хитрость
- Ф — чувство собственничества
- Х — отзывчивость
- Ц — стремление быть лидером в критической ситуации
- Ч — жажда справедливости
- Ш — хладнокровие
- Б — склонность к паникерству
- Ы — последовательность и жестокость
- Э — эгоизм
- Ю — романтизм
- Я — стремление к самореализации

Теперь, когда читатель знает, какую особенность вносит в характер человека каждая из букв

русского алфавита, находясь в имени, для него несложно будет определить набор поведенческих особенностей, которые будут присущи тому лицу, которое должно стать потребителем вашей продукции или деловым партнером первой линии.

Общую схему подхода к людям на основании их имени я приведу ниже, подвергнув анализу имена, наиболее распространенные на территории России.

Андрей

Если потенциального покупателя вашего товара зовут Андрей, то, во-первых, предлагая ему товар, скажите, что хотите изменить к лучшему его, и только его, жизнь. Предложите ему продавать пищевые добавки или мужскую парфюмерию. Андрей очень ценит в людях фанатическую преданность себе.

Во-вторых, объясните Андрею, сколько он сэкономит средств и времени, если будет пользоваться именно предлагаемым вами продуктом. Андрей — прагматик: у него цепкие пальцы — влияние согласной Д.

И в-третьих, в процессе личных контактов с ним будьте всегда верны своему слову: никогда не опаздывайте на встречи, никогда не изменяйте ранее объявленную цену на товар. Вы как продавец будете оценены по заслугам. Согласная Р заставляет Андрея относиться с особой симпатией к тем людям, которые хранят верность однажды данному слову.

Александр

Если вы хотите беспрепятственно войти в жизнь Александра со своими товарами или предложениями, то запомните, что этот человек любит комфорт, который уже давно создал себе сам. Поэтому, работая с ним, делайте упор на то, что в

перспективе его жизнь будет еще комфортней. Никогда не разрушайте его планов, никогда не торопите его — словом не вносите сумбур в его жизнь. Ждите, когда он сам решит, что настал черед приобрести ваш товар или подписаться в сеть. Таково влияние согласной Л.

У Александра есть тайные привязанности и тайные антипатии. Поэтому если по какой-то причине он сразу невзлюбит вас — значит, ему что-то подсказывает, что вы не та карта, на которую ему следует делать ставку. Не тратьте свое время на то, чтобы изменить его точку зрения. Но если вы почувствовали симпатию к себе, то наберитесь терпения и ждите, когда он и впрямь начнет активно с вами взаимодействовать. Это произойдет обязательно.

Алексей

А вот если вашими предложениями заинтересовался Алексей, то не оболжайтесь: это ровным счетом ничего не значит. Алексей — человек мягкий и податливый. Если он сегодня пообещал купить ваш продукт, то нет никаких гарантий, что через день, столкнувшись с товаром другой фирмы, он не купит его. На Алексея надо давить, давить и давить. Но делать это следует мягко, обходительно, не нарушая устоявшееся течение его жизни.

Алла

Чем короче имя женщины, тем сама она незамысловатее. Аллы — люди несложные. Вещи, которые они приобретают, в первую очередь должны приносить им телесный комфорт. Работа, на которую они готовы прийти, должна как

можно реже поднимать их из удобного кресла. Делая свои предложения Алле, заставьте увидеть их под таким углом.

Анна

Анна тоже существо несложное, но у нее все построено на любви, правда, не телесной, как у Аллы, а духовной. Если Анна привяжется душой к вашему товару, она всю жизнь будет пользоваться им, и только им. Если Анне понравилось работать в какой-либо структуре, она будет фанатично предана ей, правда, если ее нечаянно не обидеть. Вовлекать ее в сеть или приучать пользоваться своим товаром нужно посредством оказания особо пристального внимания к ее персоне.

Анатолий

По натуре изменник. Жажда разнообразия у него в крови — влияние согласной Т. Хотите, чтобы ваши товары всегда интересовали его — почаще меняйте ассортимент, стремитесь чем-то удивить его при каждой встрече. Это, во-первых, а во-вторых, будьте с ним всегда внимательны и ласковы, предлагая товар апеллируйте к тому, что он будет способствовать созданию в его жизни дополнительного уюта.

Анастасия

Анастасия не терпит размеренного налаженного быта, не терпит приторно ласкового отношения к себе. Эта женщина любит блистать, причем каждый раз или в новом качестве, или в новом обществе. Предлагая ей свой товар или вовлекая в сеть, старайтесь открыть ей именно эту возможность.

Антон

Антон, как и Анатолий, во-первых, тяготеет к разнообразию. Поэтому, вовлекая его в сеть, надо стремиться довести до его сознания ту пестроту жизни, обилие людей и встреч, которые его ждут в сетевом бизнесе в отличие от других видов коммерческой деятельности. А во-вторых, надо помнить, что Антон хорошо работает лишь тогда, когда всем сердцем влюбляется в свое дело. Если вам не удалось влюбить его в свой бизнес, результатов не ждите.

Аркадий

Этот человек расчетлив, пунктуален, прижимист. У него в сознании присутствует такое понятие, как «затаенная выгода». Поэтому, работая с Аркадием, обрисуйте ему, во-первых, экономические преимущества употребления вашего товара, во-вторых, выдайте ему какие-нибудь гарантии, например, на долгосрочность существования вашей фирмы на рынке, и ждите, когда он, сделав необходимые расчеты, сам обратится к вам. Если это произойдет, вы получите в его лице постоянного потребителя своего товара или работоспособного дистрибьютора. Если ту же «выгоду» он увидит в работе в сети, вы получите работоспособного лидера.

Борис

Это в первую очередь авантюрная натура. Если ему неинтересно работать в сети, если у него не повышается адреналин в крови, результатов от него вы не добьетесь. Поэтому постарайтесь преподать ему сетевой бизнес как нечто схожее или с жизнью пиратов, или с катанием на американских горках, тогда он заинтересуется им.

Что касается предлагаемого Борису товара, то в нем он видит привлекательность в том случае, если будущее приобретение позволит ему блистать в обществе, вызывая всеобщее восхищение.

Вадим

Этот человек любит строить далеко идущие планы. Вовлекая его в сеть, нужно красочно расписать всю его жизнь на много лет вперед. И никакой непредсказуемости, никаких случайных вариантов. Все должно быть основательно просчитано, а главное, материально выгодно и сулить пусть конкретную, но какую-то другую жизнь, которой Вадим еще не жил ранее. Он любит новизну, но только не в виде сюрприза.

Валентина

Мечтательница, как и Вадим. Но в отличие от последнего, ее нужно соблазнять головокружительными перспективами, которые откроются в случае активной работы сети. Не утомляйте себя (и ее!) материальными расчетами таких перспектив, не предоставляйте гарантий. Не это главное для Валентины. Уведите ее в «заоблачный плес», откройте перед ней фантастическое будущее и удерживайте ее там. Во имя этого сладкого сна она будет покупать ваш товар, она же будет охотно продвигать его на рынок.

Вера

Вера тоже любит мечтать. Но ее замыслы исключительно земные. А главное, Вере обязательно нужны весомые гарантии того, что она, например, и впрямь помолодеет, если будет использовать такой-то крем или пищевую добавку, или что она и впрямь будет зарабатывать тысячу долларов в ме-

сяц через полгода работы в сети, если будет воплощать в жизнь все данные ей рекомендации. Не учитывая этих особенностей характера Веры, ее жизнь трудно повернуть на новые рельсы.

Владимир

Хотя и не лишен мечтательности при составлении жизненных планов, но в основе своего иллюзорного будущего всегда должен видеть материальную выгоду, а главное, целесообразность грядущих изменений. Под целесообразностью Владимир понимает переход своей жизни в принципиально новое русло, где его телу предназначено испытать куда больше удовольствий, чем в жизни нынешней. Работа с ним предстоит долгая и кропотливая. Но игра стоит свеч. Владимир — инициативны, основательны, исполнительны. Если вы присоедините в своей структуре такого делового партнера, можно отходить от дел самому.

Вячеслав

Когда вы работаете с Вячеславом, следует делать акцент на то, что приобретая у вас товар, он тем самым помогает бедным всей земли; работая в маркетинговой сети, он служит благородным идеалам прогресса всего человечества и т. д. Ведь главная черта Вячеслава — это благородство поставленных перед собой целей. Заставьте играть в его душе именно эти струны, и вы получите долгосрочного потребителя своего товара или сильного лидера.

Галина

Женщины с этим именем привередливы и капризны. Товар, употребляемый ими, должен быть внешне безупречен, обхождение с ними должно

быть крайне изысканным. Потакание их причудам — обязательное правило игры. Галина — избалованный ребенок. Но если перед ней в буквальном смысле слова «ходить на голове», то не сложно завоевать его любовь и заставить ее следовать за собой.

Геннадий

Геннадий — прагматик, к тому же привыкший идти к своим меркантильным целям, опираясь скорее на собственную интуицию, нежели на математический расчет. Внутренний голос безошибочно подскажет ему, следует ли вам работать вместе. Если Геннадий ответит вам отказом, не расстраивайтесь и не тратьте силы на то, чтобы переубедить его. Это будет лучше для вас обоих.

Георгий

Он похож на Галину своей привередливостью. Не терпит неряшливости как в предлагаемом ему товаре, так и в самом продавце, не терпит беспорядочности в отношениях: опозданий, изменений условий работы или стоимости товара. Если вам удастся вовлечь Георгия в сеть, то нельзя во имя достижения большой прибыли предлагать ему нечестные формы ведения бизнеса. На работе Георгий всегда стремится пребывать в «белых одеждах».

Дарья

В любой покупке и в любом деле Дарью в первую очередь привлекает реальная выгода. Вскружить ей голову воздушными замками невозможно. Поэтому представьте этой женщине математические выкладки, неопровержимо доказывающие, что ей выгодно иметь с вами дело, будь то приобретение у вас товара или работа в сети.

Дмитрий

Димочка — дегустатор. Предлагать ему товар следует со словами: «Неужели вы не пробовали вот это и вот это? Берите, а то опоздаете!» Но когда Димочка перепробует весь ваш товар, он повернется лицом к другому продавцу с другим, неизвестным ему товаром. Поэтому, если хотите сохранить покупателя в его лице, старайтесь приберечь для встречи с ним что-то новенькое.

Евгений

Человек с этим именем, как правило, консерватор. Он дорожит уже сложившимся укладом жизни, любит потакать привычному. Его категорически нельзя вовлекать в новую жизнь! Использование новых товаров должно быть преподано ему как органичное продолжение сложившихся у него отношений с миром вещей. Например, предлагая Евгению крем для бритья фирмы «Нью вейс», надо сказать: «Евгений, вы тридцать лет брились кремом фабрики «Свобода», кремом жирным и обладающим сильным запахом. Оцените: предлагаемый нами крем тоже жирный и тоже душистый. Это — то, к чему вы привыкли».

Екатерина

Катеньку соблазнить несложно хоть новым товаром, хоть новой работой. Она всегда внутренне готова к переменам, всегда в тайне ждет их. Здесь надо быть просто настойчивым. Другое дело, что ни один вы на этой земле змей-искуситель. Поэтому потерять в лице Екатерины как постоянного покупателя, так и дистрибьютора своей сети, так же просто, как и приобрести. С ней всегда надо быть начеку и постоянно напоминать ей, что она уже выбрала

свой путь. Екатерины любят, когда окружающие ценят в них такую черту как постоянство. (Хотя именно этой черты у них часто не существует.)

Елена

Эти женщины любят в жизни две вещи: телесный комфорт и власть над людьми. Если уж вы предлагаете Лене свой товар, то следите за тем, чтобы его использование принесло ее телу как можно больше приятных минут. Если вы рекрутируете Лену в сеть, то доходчиво объясните ей, что активно работая в ней, она получит власть над людьми — партнерами первой линии. Эта мысль доставит ей удовольствие, но уже духовного характера. А от грядущих удовольствий Лена никогда не откажется.

Иван

Податлив и мягкотел. Стремится иметь рядом с собой человека, который вел бы его по жизни. Он охотно примет вас в таком качестве, если вы будете за него решать, какие ему употреблять товары или какие шаги предпринимать, чтобы заработать деньги. Но при одном условии: вы реально несете ответственность за последствие своих рекомендаций. Перефразируя Экзюпери, можно сказать: вы всегда в ответственности за Ивана, если вы его подписали.

Игорь

Игорь долго выбирает, какими товарами ему пользоваться, какой деятельностью зарабатывать себе на хлеб. На его решение в конечном счете оказывает влияние не материальная выгода и не целесообразность. Он примет предложение того человека, который будет с ним более учтив и почаще будет заглядывать ему в глаза.

Илья

Человек, который трудно и медленно раскачивается. Способствуют процессу раскачивания сладкие грезы, сулящие Илье многочисленные телесные наслаждения. Работая с Ильей, надо набраться терпения и запастись побольше красивых сказок.

Ирина

Рациональна и уравновешенна. На нее больше воздействуют веские аргументы, чем сладкие посулы. Выбрав себе товар для повседневного пользования или вид деятельности, как правило, остается на долгие годы верна своему решению. Поэтому с Ириной продуктивно работать тогда, когда ее выбор еще не сделан.

Кирилл

В первую очередь ценит удовольствие от выбранного им образа жизни. Что именно доставляет ему удовольствие в том или ином выборе, постороннему человеку понять трудно. Поэтому, примеряя к Кириллу агитационную работу, лучше, что называется, «отпустить ситуацию», то есть просто подождать его реакцию на полученную от вас информацию. Если реакция будет положительной — Кирилл сам выстроит взаимоотношения с вами, если нет — не тратьте на него время, займитесь другими людьми.

Константин

Этот человек, во-первых, любит, чтобы им восхищались. Поэтому, прикидывая к нему свой товар, надо непременно изображать восторг: вот теперь вы просто сногшибательны!

Во-вторых, Константин ценит разнообразие. Поэтому, агитируя его стать сетевиком, следует гово-

рять: вы себе не представляете, с каким количеством самых разных людей вам предстоит иметь дело, через какое количество самых разных ситуаций предстоит пройти. И вы увидите: его глаза загорятся.

Лариса

Ларису можно подкупить возможностью производить неизгладимое впечатление на людей в результате, например, сделанной ею покупки. В сети Лариса будет активно работать ради того, чтобы подольше в свободное время поспать, понежиться в ванной или у телевизора. В общении с людьми Ларисе импонирует пунктуальность и верность слову.

Леонид

Леониду присущи сосредоточенность на выбранной цели, мертвая хватка и способность умело распорядиться плодами своих побед. Поэтому обрести его в качестве дистрибьютора — большое завоевание. Как этого достичь? Надо, во-первых, обрисовать чисто материальные выгоды от работы в сетевом маркетинге, во-вторых, обрисовать возможности жить, потакая собственной лени. И в-третьих, надо проявить как можно больше внимания к каждому его чиху. Леонид любит и ценит повышенный интерес к себе.

Любовь

Авантюризм и сумасбродство — вот чем можно вовлечь эту женщину в любое дело, и в том числе в сетевой бизнес. Любе нужны не столько деньги, сколько интересно проведенное время. Новые знакомства, необычные ситуации, неожиданные развязки, словом, отсутствие скуки — вот что надо посулить Любе, начни она работать в сетевом маркетинге.

Людмила

Она не любит ни авантюризма, ни сумасбродства. Во-первых, Людмила любит деньги, во-вторых, она очень любит комфортные условия для своего существования и, в-третьих, она стремится к новизне. В итоге ее неотвратимо манит тот вид деятельности, который сулит ей заработки, не связан с большим количеством бытовых неудобств, а главное, таит в себе элементы новизны. Если таковым обрисовать сетевой маркетинг, то Людмила засучив рукава возьмется за работу.

Люда хоть и прагматик, но не лишена романтизма. Посулите ей на поприще сетевого бизнеса какой-нибудь необычное любовное приключение и ее энтузиазм удвоится.

Максим

Носители этого имени стремятся жить самостоятельной, недоступной для окружающих жизнью. Правда, речь идет о жизни внутренней. Что касается внешнего мира, то в нем Максим охотнее находит себе сильную личность, за которой следует, куда бы та ни позвала. Станьте для него таким человеком, а затем увлеките за собой в сетевой бизнес.

Что касается интереса к покупке тех или иных товаров, то Максим отдает предпочтение тем, которые делают его заметным в любой компании, или тем, с которыми он ранее не сталкивался. Он любит все познавать на собственном опыте, а затем делиться впечатлениями. На этих его особенностях не грех сыграть.

Михаил

Поведенческой особенностью этого человека является стремление прийти людям на помощь.

Попросите его помочь вам рекламировать товар, и он самолично купит едва ли не половину. Попросите его помочь вам организовать сеть, и он первым в нее подпишется.

Мария

Отличительная черта обладательницы этого имени — природная любознательность. Именно любознательность заставляет Машу покупать те или иные вещи. Поэтому продавцу необходимо объяснить ей, сколько непознанного таит для нее предстоящая покупка. Точно так же дело обстоит и с тем, чтобы вовлечь Машу в новую деятельность. Если работа ей знакома — она теряет в ее глазах привлекательность. Но если даже в знакомой работе ей вдруг открылось что-то новое, еще не изведенное ею, она сразу берется за дело.

Марина

Подход к Марине во многом напоминает подход к Маше, с той только разницей, что Марина любит лезть, пристальное внимание к себе и охотно пойдет за человеком, который даст ей понять, что она, Марина, для него просто свет в окне.

Надежда

Затаенная мечта Надежды — эпатировать публику. Не подходите к ней с тем товаром, который не заставит онеметь ее окружение. Она откажется его приобретать. Если, предлагая Надежде работу, вы не обрисуете ей возможность все того же эпатажа окружающих, вы не увлечете ее своим предложением. Поэтому, обращаясь к ней с предложениями, заранее продумайте, кого, как и чем

она сможет удивить и восхитить в результате вашего взаимодействия.

Наталья

Она редко склоняется к конкретному выбору. Чаще всего Наташа будет пользоваться изделиями от нескольких производителей. Поэтому склонять ее сделать выбор раз и навсегда в пользу вашего товара — напрасный труд. Наташа скорее перепробует весь предлагаемый вами ассортимент, чем два раза подряд приобретет одно наименование.

То же касается и ее профессиональной деятельности. Она охотнее будет работать сразу в нескольких сетях, чем сделает ставку на одну. Поэтому, если женщина по имени Наталья уже работает в какой-то сети, не бойтесь подойти к ней и сделать предложение работать еще и в вашей. Велика вероятность, что она согласится.

Николай

Его называют «мягкий упрямец». Он живет скорее не умом, а ощущением своего пути. В окружающих людях он ценит такое качество, как невмешательство в его дела. Поэтому, изложив Николаю свои предложения, я советую терпеливо ждать, как он на них самостоятельно отреагирует. Если он сочтет, что его путь и ваш пересекаются, вы обретете в его лице хитроумного и деятельного сподвижника. Но если он сочтет обратное — не тратьте попусту время на переубеждение. Это почти бессмысленно.

Никита

Упрямец не меньше Николая. Разница в том, что Николай в жизни ищет собственный путь, а Никита — разнообразие ощущений. Вот здесь

можно поддеть Никиту на крючок. Предложите ему самый широкий ассортимент товара, и он обязательно что-нибудь да выберет. Что касается работы, то она обязательно должна таить в себе элемент новизны, азарта, приключений с участием женского пола. Именно под таким углом ему следует обрисовать работу в сети.

Олег

Олег тяготеет к каким-то привычным формам деятельности. Он охотно берется за дело, которое в каких-то своих деталях уже было ему известно. Поэтому, если Олег раньше работал продавцом в магазине, ему лучше объяснить, что сетевой маркетинг — это почти та же самая работа в торговле, но только там нет прилавка. Если Олег раньше работал журналистом, то, вовлекая его в работу в сети, следует провести параллель между журналистикой и маркетингом. В первом случае он популяризирует идеи посредством печатного станка и бумаги, а во втором — делает то же самое посредством своего голоса и предлагаемого товара. Увидев сходство с уже знакомым видом деятельности, Олег отбросит неуверенность и возьмется за дело.

Ольга

С ней я рекомендую работать точно так же, как с Олегом, в виду созвучности имен.

Павел

Павел не способен к длительному увлечению. Достигнув какой-либо цели или вершины в профессии, он переключает внимание на другую цель, меняет профессию. Именно на этой особенности его характера можно умело сыграть. Если Павлу не

по карману предлагаемая вами парфюмерия, подстегните его самолюбие тем, что ему надо, образно говоря, «достичь этой вершины», то есть начать зарабатывать столько, чтобы регулярно покупать у вас только эту продукцию. Он увлечется этой идеей и будет самым постоянным из ваших покупателей. Правда, до тех пор, пока это ему не надоест.

Если вы видите, что Павла задержали в каком-то начальническом кресле, нашепчите ему, что в сетевом маркетинге он смог бы достичь не меньшего. И ему немедленно захочется попробовать свои силы.

Петр

Аналогичной с Павлом ахиллесовой пятой обладает Петр, поскольку оба имени начинаются с одной согласной буквы П, наделяющей людей непостоянством и стремлением достигать цели быстрым натиском, а также быстро остывать к своим увлечениям.

Раиса

С древнегреческого это имя переводится как «порочная, уступчивая, легкая». Удивительно, но ничего общего вышеописанные качества с чертами Раисы не имеют. Раиса — женщина-кремень. В основу ее мировоззрения заложен трезвый взгляд на вещи. Она бросается лишь в ту схватку, где заранее просчитала победу. Поэтому, работая с Раисой, следует математически обосновать ей выгоду от использования предлагаемого вами товара или до цифирки рассчитать ее доходы, согласись она работать в сетевом маркетинге.

И еще одна особенность тех, кто носит это имя: они хронически не переносят неудачников. Поэтому, если в настоящий момент у вас неважно идут

дела, оставьте мысль эффективно поработать с той, кого зовут Раиса. Она отгородится. Дождитесь дня, когда вы будете на коне и тогда все будет о'кей.

Светлана

Искрометная, разнообразная, неудержимая. В юности она производит впечатление романтической и наивной девушки. Но впечатление обманчиво. Светлана в душе холодна и расчетлива. Именно в молодые годы она закладывает фундамент всей своей дальнейшей жизни. Поэтому именно молодую Светлану выгодно рекрутировать в сеть. В юные годы она особенно работоспособна и предприимчива. Как это сделать? Довести до сознания девушки, что лишь работая в сетевом бизнесе, она сможет воплотить в жизнь все свои далеко идущие планы.

Чтобы успешно продать Светлане свой товар, надо помнить три особенности ее натуры: она хочет выделяться из окружающих так, чтобы об этом говорили вслух; она жаждет не столько дорогих вещей, сколько разных; вещи должны способствовать обретению дополнительного комфорта для ее тела.

Сергей

Сергей откровенно любит, когда им восхищаются. Но выражать свой восторг необходимо тонко и со вкусом. Попробовал Сергей предложенную вами туалетную воду, отметьте, что мужчина с таким запахом наверняка не останется незамеченным прекрасной половиной человечества — Сергей станет вашим покупателем. Рассказал Сергей анекдот, отметьте не столько сам анекдот, сколько его мастерское исполнение, и заметьте

при этом, что вот если бы так же образно и искрометно он рассказывал о достоинствах какого-нибудь товара, он был бы прекрасным сетевиком. Сергей задумается и через какое-то время сам попросит подписать с ним контракт.

Тамара

Эта женщина панически боится даже намек на снижение своего жизненного уровня. Поэтому, предлагая Тамаре товар, подчеркивайте, что он безусловно дороже того, которым она пользовалась раньше. Нашептывайте, что коль она в состоянии купить ваш товар, это означает, что ее дела или дела ее семьи идут по восходящей. Тамара всегда охотно будет убеждать себя в этом, а значит, и купит товар.

Если дела Тамары покачнулись, немедленно предложите ей возможность дополнительного заработка — вступить в сеть. Этой женщине не столь важно продвигаться вверх, ей важнее не опуститься вниз.

Татьяна

В занятиях Татьяна больше ценит разнообразие жизни, чем способность сильно обогатиться. Не соблазняйте ее деньгами, соблазняйте возможностью кардинально изменить жизнь.

Эдуард

Существо хваткое и расчетливое. Во всем в первую очередь стремится узреть только собственную выгоду. Сбить его с толку почти невозможно. Ему можно лишь правдиво обрисовать перспективу предлагаемого вами бизнеса. Если перспектива работы в сети устроит Эдуарда, то из него выйдет

великолепный лидер. Правда, есть опасность, что этот лидер вскоре выйдет из вашей структуры и создаст собственную сеть. Лозунг этого человека: если уж брать, так все!

Юрий

Романтическая натура, часто бессребренник. Работает скорее за идею, в основе которой лежит новая красивая жизнь. От этого предпринимаемые им усилия порой дают слишком низкий результат. Если в основу романтического видения Юрия положить деньги, вся ситуация перевернется с головы на ноги. Найдите пути, как это сделать, и вы получите неумного делового партнера, приносящего большие доходы.

Юрию можно продать любой товар, лишь бы ваша мотивировка носила налет студенческого романтизма.

Юлия

Юлия под стать Юрию. Но если Юрия вдохновляют порывы души, а в быту он аскет, то Юлю, напротив, в романтический сон увлекают перспективы сытой комфортной и безоблачной жизни.

Ярослав

Крепкий орешек. Такое ощущение, что этот человек настолько себе на уме, что воздействие посторонних на него просто не имеет места. Но это на первый взгляд. В действительности Ярослав хочет от жизни многого. Это и слава, и богатство, и любовь противоположного пола. Другое дело, что он не ждет от жизни подачек и не рассчитывает на удачное стечение обстоятельств. Он при-

вык всего добиваться сам. Он не любит идти за лидером. Но приняв к сведению чей-то мудрый совет, который позволит ему достичь славы, денег и женщин, он, спустя некоторое время, представит все так, что эта мысль едва ли не сама пришла ему в голову. Не надо обижаться на это «передергивание карт» и восстанавливать истину. Надо воспользоваться этим и использовать Ярослава в качестве добросовестного предприимчивого дистрибьютора.

Когда вы склоняете Ярослава купить у вас что-либо, имейте в виду, что его выбор будет скорее причудлив и парадоксален, нежели логичен.

Таким образом, зная имя человека, можно успешно продавать ему свой товар или рекрутировать его.

ГЛАВА 6

КАК ИЗЖИТЬ СВОЙ СТРАХ ПЕРЕД КЛИЕНТОМ

Мне очень часто приходится выслушивать жалобы сетевиков (особенно начинающих) на то, что накануне встречи с клиентом, которому следует продать свой товар или которого надо агитировать стать дистрибьютором, на них нападает буквально панический страх. Страх бывает такой силы, что вновь испеченный сетевик не может заставить себя выйти из дома и поехать на встречу с клиентом. А причина страха — *неумение брать на себя ответственность за чужую жизнь.*

Ведь если мы предлагаем человеку употреблять, например, пищевые добавки, мы автоматически берем на себя ответственность за последствия этого употребления, то есть мы теперь отвечаем за его здоровье. Если мы вовлекаем кого-либо в сетевой бизнес, мы опять же несем ответственность за то, что в нем он заработает больше, чем, например, на прежнем месте работы и т. д. **Но большинство из нас не готовы именно к этому акту ответственности.**

Да, россиян воспитывали так, что только третья сила в лице государства имеет право брать на себя ответственность распоряжаться чужими жизнями — призывать на воинскую службу, вручать путевки на комсомольские стройки, распределять на производство и т. д. Поставить себя вровень с этой

безликой, но тем не менее ритмично работающей машиной может далеко не всякий человек. Недаром, по моим наблюдениям, в российском сетевом бизнесе лучше других преуспевают те, кто вышел из стен Высшей партийной школы или был в незапамятные времена комсомольским секретарем, то есть получил специальную подготовку. Составной частью этой подготовки, конечно же, являлась способность распоряжаться чужими жизнями.

А как быть тем, кто не прошел эту школу, тем, кто боится мысли повернуть чью-то жизнь в другое русло? Кто задает себе «проклятые вопросы»: вдруг этот поворот окажется неудачным? А вдруг неудавшийся сетевик будет проклинать своего соблазнителя? А главное, имеем ли мы право изменять жизнь постороннего человека?

Уверяю вас, уважаемые читатели, для того, чтобы начать активно работать в сетевом маркетинге, вовсе не обязательно найти для себя ответы на эти «проклятые» вопросы. На них вообще отвечать не надо!

Надо просто привыкнуть брать на себя ответственность за чужую жизнь.

А теперь рассказ о том, как это сделать.

Мы знаем: образованию привычки способствует повторение одного и того же действия.

Отсюда следует, что для выработки у себя умения брать на себя ответственность за чужую жизнь, надо многократно, и главное, самолично проделать акт соблазнения какого-то конкретного человека выбрать новый жизненный путь. Нет, ему не надо звонить по десять раз в день или подкарауливать у подъезда, чтобы уговорить стать сетевиком. **Подобную манипуляцию сначала надо совершать в своем сознании, совершать до тех пор, пока не исчезнет страх за последствия своего шага.**

Допустим, вам предстоит встреча с молодой женщиной, которая только что получила престижную специальность модельера одежды. Вам предстоит предложить ей распространять косметику. Вы болезненно думаете: «А вдруг передо мной будущий знаменитый отечественный модельер, подобный Зайцеву или Юдашкину? Вдруг я своими условиями собью эту юную особу с пути истинного? Какое я имею на это право?» Вы боитесь взять на себя столь великий грех и поэтому все откладываете и откладываете встречу с этой женщиной.

Вы откладываете встречу и еще по одной причине: вы боитесь реакции незнакомого человека на сделанное ему предложение. А вдруг в ответ на ваши слова рассмеются вам в лицо или с позором выставят за дверь?

Да, вам предстоит встреча с **неведомым** миром в лице незнакомца-клиента. *А ничто не вызывает у нас столько страха, как предстоящая встреча с неведомым.* По двум этим причинам ваши ноги отказываются идти туда, где вам предстоит встретиться с незнакомым человеком.

Не идут ноги и не надо. Сядьте в кресло у себя дома и первым делом **переведите мир этого человека из категории неведомого в категорию понятного для вас, а значит, не вызывающего страх.**

Для этого мысленно представьте свою грядущую собеседницу. Вспомните, какого цвета у нее глаза, какой формы нос, уши, шея, вспомните, как ее зовут. Хорошо бы знать, когда она родилась. Пользуясь только что прочитанным материалом, составьте психологический портрет собеседницы и вы уже будете знать, как себя с ней вести. Вы будете знать, с какими вашими предложениями она охотно согласится и т. д. А дальше начните мысленно беседовать со своей клиенткой. Беседо-

вать надо так, чтобы в итоге привести ее в состояние душевного комфорта, то есть подарить ей надежду на счастье в том случае, если она станет дистрибьютором вашей маркетинговой сети.

Допустим, внешность вашей собеседницы такова: серые глаза, курносый нос, большие оттопыренные уши, тонкая длинная шея. Она родилась под знаком *Козерога*. Имя — Марина. Продемонстрирую, как изжить в себе страх перед встречей с ней, взять на себя ответственность за возможное изменение ее жизни.

Итак, ваша собеседница сероглазая, значит, мысленно пообещайте ей много интересной работы в сетевом бизнесе, красочно обрисуйте, как она будет буквально падать от изнеможения в конце дня, а с утра подниматься снова, чтобы предлагать людям свой товар, проводить презентации с теми, кто только делает первые шаги в этом бизнесе, как она будет чувствовать, что ее знания, ее талант, во-первых, нужны людям, а во-вторых, приносят такие деньги, которые ей, совсем еще молодой особе, позволяют чувствовать себя вполне самостоятельной. И в то же время заставьте ее взглянуть правде в глаза: что с ней будет, продолжай она работать по полученной специальности модельер одежды — девочка на побегушках в каком-нибудь ателье, которая часами разгадывает кроссворды, лишь изредка отрываясь, чтобы выполнить какое-нибудь крохотное поручение старших коллег.

А потом задайте себе вопрос: неужели вы не имеете права наполнить ее молодые годы настоящим делом? Нет, вы просто обязаны так поступить!

Носик вашей собеседницы вздернут вверх, это значит, что она охотно попробует себя в любом новом виде деятельности и получит несказанное удовольствие от ветра перемен. Так станьте для

нее таким ветром! Объясните, сколько неожиданностей, непредсказуемых ситуаций ждет ее в сетевом бизнесе. И в то же время предостерегите от того, сколько рутины и однообразия ожидают ее в первые годы работы в доме моделей или ателье.

А ведь эта женщина обладает незаурядным талантом — об этом говорят ее довольно крупные оттопыренные уши, которые она старательно прячет от посторонних глаз за пышными волосами. Когда ее талантам суждено найти применение, окажется она в доме моделей? Лишь через много-много лет, когда уйдут с работы старые мастера и она займет их место. А стань она сетевиком — все, чем одарила ее природа, будет востребовано немедленно.

А ее шея, тонкая, длинная! Она говорит о том, что женщина не только восприимчива ко всему новому, но и сама способна идти впереди прогресса. Сколько новых методов работы с товаром и людьми предстоит ей открыть в сетевом бизнесе и немедленно воплотить в жизнь. А на казенной службе получит ли она когда-либо право на собственное слово? Может, и получит, а может, и нет.

Вышеописанная женщина принадлежит к зодиакальному знаку Козерога, а значит, прежде всего ценит друзей и дружбу. В этом случае ей следует намекнуть на то, что, приди она работать в маркетинговую сеть, она сразу приобретет огромное количество приятелей, чего никогда не случится, останься она работать по полученной специальности. Ведь в ателье круг общения ограничен.

Вашу клиентку зовут Марина. Марина — это человек, который, во-первых, в жизни ценит прежде всего разнообразие. Работа в сети чем-чем, а разнообразием богата. В это надо заставить поверить Марину. Во-вторых, женщина, обладающая таким именем, во взаимоотношениях с людьми це-

нит пунктуальность и верность слову. Представьте себе, что именно так вы и будете с ней контактировать: не будете опаздывать на встречи, не будете переносить их, не будете менять цену на товар или сумму вступительного взноса. И эта молодая особа будет счастлива, что судьба послала ей такого человека, как вы. Марина ценит внимательное отношение к своей персоне. Значит, в процессе мысленного общения с ней интересуйтесь ее жизнью, ее проблемами, ее планами на будущее и вы буквально почувствуете, как она дорожит вами.

Ну и что сложного в этой женщине? Что страшит вас при общении с ней? Да ничего не страшит, потому что нет никакой тайны, никаких загадок в ее поведении. Теперь нетрудно склонить ее работать в сети. А склонив, обрести уверенность, что вы тем самым принесли ей не вред, а благо.

Подобная процедура называется *работой с фантомом человека*.

Работайте с фантомом своего потенциального дистрибьютора до тех пор, пока у вас не исчезнет страх перед реальной встречей с ним и не появится стопроцентная уверенность, что вы обязательно добьетесь своей цели.

Именно такой метод избавления от страха перед реальной встречей с человеком я посоветовал Марье Григорьевне, преподавательнице математики в одном из вузов Москвы. Интеллигентная до мозга костей, Марья Григорьевна панически боялась сбить кого-либо с пути истинного, вовлекая его в сетевой маркетинг. Потенциальных дистрибьюторов вокруг нее было множество, но ни одному из них она так и не решилась предложить работу в сети. Я посоветовал преподавательнице поработать с фантомами своих клиентов, то есть многократно сделать свои предложения им мысленно, находя

лазейки к этим людям, основываясь на их внешних данных, датах рождения и именах.

Марья Григорьевна работала с фантомами сразу пяти людей, обладающих разной внешностью, разными именами и принадлежащих разным знакам Зодиака. Результат поразил ее. «Сначала я приходила в ужас при одной лишь мысли о предстоящей встрече с человеком и беседе с ним. Но в процессе работы с фантомом абсолютно незнакомый человек вдруг становился мне понятным, у меня возникало непреодолимое желание сорваться с места и броситься его агитировать, что я и делала. В такие минуты вместо страха у меня в душе была уверенность, что я в своих руках держу счастье своего собеседника. Результаты встреч меня ошеломили: четверо из пяти моих избранников охотно подписались в сеть», — впоследствии поделилась впечатлением моя подопечная.

Подведем итог. Западные психологи учат: *«Чтобы обрести уверенность при общении с посторонними людьми с целью распространения им своего товара и рекрутирования в сеть, надо в совершенстве владеть информацией о достоинстве товара и преимуществах работы сетевого»*. РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО ВЫШЕПРИВЕДЕННОЙ РЕКОМЕНДАЦИИ НЕДОСТАТОЧНО. НАШИМ СЕТЕВИКАМ НЕОБХОДИМО ЕЩЕ ВЫРАБОТАТЬ В СЕБЕ ПРАВО БРАТЬ НА СЕБЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ЧУЖУЮ ЖИЗНЬ.

Для того чтобы это сделать, надо понять человека, с которым тебе предстоит работать. Получить необходимую информацию о нем можно, проанализировав его внешность, имя и знак Зодиака.

Для того чтобы безбоязненно взять на себя ответственность за жизнь клиента, надо поработать с его фантомом.

ГЛАВА 7

ВОЗОБЛАДАНИЕ НАД КЛИЕНТОМ

У денег есть особенность: *они перетекают от более слабого человека к более сильному. Причем не вообще к более сильному, а к более сильному в настоящий момент.*

Я никогда не забуду одну свою клиентку — учительницу средней школы, которая, дабы получить дополнительные заработки, стала распространять пищевые добавки. Дав соответствующее объявление в одной из газет, начинающий сетевик приготовилась принимать звонки и распродавать свой товар. Звонки и вправду имели место, и вот на встречу к распространительнице добавок приехала дама. Дама, быстро оценив, что в лице продавца, она имеет дело с интеллигентным человеком, для которого главное — доброе имя, заявила ей, что она — продавец — глубоко непорядочная женщина. Представляете, какой пощечиной было такое заявление для школьной учительницы! Она, конечно же, взвилась и стала выяснять, почему ей дана такая унижительная оценка. А в ответ услышала, что она-де, продает под видом пищевых добавок всякую отраву, лишь бы ей самой нажиться на доверчивости людей. Моя посетительница стала с пеной у рта убеждать, что предлагаемые ею добавки прошли тщательнейшую проверку, что они одобрены Мин-

здоровом России, что она самолично и вся ее семья употребляют этот продукт несколько месяцев и день ото дня здороваются. На что ее собеседница ответила: «Вот именно так говорили все без исключения проходимцы, с которыми мне приходилось встречаться в жизни». Моя клиентка после этих слов была готова искренне возмутиться и уйти, но собеседница удержала: «Может быть, я ошибаюсь относительно вас, — сказала она, — но это, сами понимаете, надо проверить». «Я готова» — охотно согласилась моя клиентка. «Я тоже», — вторила ей женщина. «Давайте сделаем так, — предложила она, — вы на свои деньги выкупаете со склада комплект пищевых добавок и отдаете мне. Я пропиваю полный курс и если со мной не происходит ничего плохого, я приношу вам свои извинения и, конечно же, возвращаю деньги. Если с моим здоровьем и впрямь произойдут обещанные вами позитивные изменения, я клянусь вам не только купить сразу несколько комплектов добавок, но и стать их активным распространителем, то есть подписать с вами контракт». Моя посетительница радостно всплеснула руками и побежала на склад, где отдала свои пятьдесят долларов за комплект и вручила его собеседнице. Как, наверно, уже догадался читатель, больше она эту женщину никогда не видела.

В этой ситуации покупатель оказался сильнее продавца, и в результате деньги последнего перешли к нему. (В нашем случае, конечно, не деньги, а товар, купленный за деньги того, кто оказался слабее.)

Если в процессе соприкосновения с клиентом вы хотите не только не потерять собственных денег, как это было в приведенном выше случае, но и зав-

ладеть деньгами этого человека в обмен на предлагаемый товар, вам необходимо на какой-то отрезок времени ВОЗОБЛАДАТЬ НАД ЭТИМ ЧЕЛОВЕКОМ.

Для того чтобы ВОЗОБЛАДАТЬ НАД ЧЕЛОВЕКОМ, нужно умело повести его за собой, то есть сделать так, чтобы он почувствовал в вас уверенную направляющую руку.

Ко мне обратилась женщина-сетевик по имени Татьяна. Она продвигала на рынок изделия из шунгита, камня, обладающего защитными и целебными свойствами. «Я попробовала на себе действие изделий из шунгита. Эффект превзошел все ожидания. И я подписалась в сеть. Но когда мне пришлось самой продавать изделия из этого камня, то оказалось, что я не имею представления о том, как продать постороннему человеку эту продукцию. Мне сказали, что надо побольше рассказывать о полезных свойствах камня. Я рассказываю, но чувствую, что этого в моих устах недостаточно для того, чтобы люди охотно отдавали за предлагаемый мною товар свои деньги. Нужно им сказать еще что-то, а я не знаю, что именно», — жаловалась мне распространительница изделий из шунгита. Я заметил, что она поступает неправильно, когда пытается найти какой-то универсальный подход к покупателям в виде «волшебных» слов или полезной информации. Я предложил ей, бегло проанализировав внешность, имя и по возможности дату рождения потенциального покупателя, *возобладать* над ним в процессе общения, то есть уверенно повести его за собой. «Как это сделать?» — недоумевала Татьяна. Я ответил: «Дайте мне описание одного из ваших потенциальных покупателей, и я составлю схему вашего общения с ним при продаже изделий

из шунгита». Собеседница выдала описание: «Эту женщину зовут Марьяна, она родилась под знаком Блинецов. Обладает карими глазами, нос прямой, шея длинная, уши маленькие, прижатые к голове». «Итак, — начал я, — если в имени человека присутствует мягкий знак, он склонен к паникерству. Поэтому свой разговор с Марьяной начните с того, что уж больно много сегодня существует угроз для ее здоровья от разнообразных электромагнитных излучений: это работа на компьютере и мобильный телефон, микроволновые печи и, конечно же, телевизор. Марьяна не тот человек, который, испугавшись угрозы здоровью, тут же откажется от вышеперечисленных удобств цивилизации. В ее имени есть буква Р. Такие люди никогда не отказываются от своих завоеваний, то есть не выбрасывают на улицу микроволновую печь, мобильный телефон, не перестают смотреть телевизор. Она, конечно, забеспокоится от них идущей от них угрозы и будет искать выход, как ей избавиться от угрозы, но сохранить сами вещи. И вот тут впервые в вашем разговоре возникнет шунгит. Ведь это он защищает человека от электромагнитных излучений, если у него в обиходе есть микроволновка, мобильник и телевизор. Не предлагайте Марьяне сразу приобрести и нательные украшения из этого камня, и пирамиду, и шкатулку, и фильтр для воды. Человек, имеющий в своем имени букву Н, никогда не пойдет на масштабные покупки, пока не привяжется сердцем к самой идее. (В нашем случае, пока ему не понравится какое-то одно изделие из шунгита.) Поэтому предложите Марьяне для знакомства с этим камнем приобрести нательное украшение в виде медальончика. Уверяю вас, она откликнется на ваше предложение только потому, что в ее име-

ни есть согласная М, которая подталкивает ее попробовать все новое на собственном опыте.

Обязательно расскажите этой женщине легенду о том, что шунгит, во-первых, помог взойти на престол династии Романовых, во-вторых, способствовал победе, одержанной Петром Первым в Полтавской битве. Ваша клиентка родилась под знаком Близнецов, а значит, охотно пленяется масштабными и почти нереальными проектами. Надо лишь подтолкнуть ее к этому.

Длинная шея Марьяны также будет способствовать возникновению мысли, что с появлением в ее гардеробе украшения из шунгита и в ее биографии произойдет что-то величественное, как это случилось с Романовыми или Петром Великим.

А в какой именно области вашей клиентке особенно хотелось бы больших перемен? Конечно же, в мире интимных чувств! Ведь ее уши маленькие и сильно прижаты к голове. Вот и нашепчите ей, что этот камень принесет ей колоссальные перемены в личной жизни, а главное, что это произойдет неотвратимо, то есть без какого-то приложения сил с ее стороны.

Последнее обстоятельство буквально приведет в восторг вашу клиентку, ведь ее глаза карего цвета, а значит, она любит беречь собственные силы, то есть не делать лишних шагов для достижения пусть даже самой заветной цели.

Но в завершение надо сказать Марьяне правду, что одного украшения из шунгита на ее теле может оказаться недостаточно для решения всех ее проблем и для достижения всех ее целей. В перспективе, конечно, придется приобрести и пирамиду, и фильтр, и многое другое. Нос у Марьяны прямой, а прямоносые любят, когда им правдиво

всесторонне описывают ситуацию с упоминанием всех плюсов и всех минусов. Они не терпят шапкозакидательства и откровенной лжи.

После моей беседы с распространительницей изделий из шунгита прошло несколько дней, и вот она возникла у меня вновь. «Я поговорила с Марьяной в том ключе, как вы подсказали, — рассказала пришедшая, — и она тут же охотно приобрела у меня какую-то безделушку из этого камня. Но меня поразило то, что она мне сказала, совершая покупку: «Я жила серой будничной жизнью, без надежд на большие перемены, без страстной любви и всегда чувствовала, что мне этого не хватает, но мирилась с этим, и вдруг вы, такая сильная, позвали меня туда, куда я не решалась идти сама». Я почувствовала, что уверенно повела за собой эту женщину, то есть **возобладала** над ней», — подвела итог посетительница.

Впоследствии Марьяна приобрела едва ли не все изделия из шунгита, предлагаемые маркетинговой сетью.

ГЛАВА 8

БИЗНЕС — ОРГАНИЗОВАННАЯ МЫСЛЬ

Итак, мы только что поговорили о том, как оказывать воздействие на человека, основываясь на его внешних данных во время очной встречи с ним. Однако у *сетевика в процессе работы часто возникает потребность воздействовать на людей, во-первых, не входя с ними в очный контакт, а во-вторых, вообще не имея представления о них самих.* И тем не менее такое воздействие возможно. Как именно оно осуществляется, поясню на примере.

Сетевики часто задают мне вопрос: почему по объявлению, содержащему одинаковый текст, размещенному в одной и той же газете, одному рекламодателю люди звонят, а другому — нет. Обычно я отвечаю следующее:

Когда вы понесли текст своей рекламы с предложением товаров или приглашением на работу в газету или на радио, вы должны немедленно заставить включиться свою психику в активную, а главное, в очень конкретную деятельность. Смысл деятельности сводится к следующему. Вы должны образно в красках нарисовать в своем сознании такую картину, где после подачи рекламы к вам не поступает ни единого телефонного звонка. А самое главное — вам надо найти причину, почему

это обстоятельство вас не расстроит, а, наоборот, очень сильно обрадует.

Например, радость охватит вас оттого, что вы наконец-то разочаруетесь в рекламных возможностях данного печатного издания и впредь будете размещать свою рекламу в другой газете или вы возрадуетесь тому, что, не отзовись никто на ваше объявление, вы вообще больше не будете искать богатства в сетевом маркетинге, а окупаетесь, например, в туристический бизнес и уж там фантастически разбогатеете. Уверяю, что именно эта психологическая деятельность в конечном итоге и умножит количество людей, отозвавшихся на рекламное объявление.

Объяснение этому феномену следующее.

Одно и то же событие не может одновременно происходить в двух планах, астральном и реальном. Если оно произошло в астральном плане (то есть в наших мечтах), в реальном оно не произойдет. А это значит, если в своих мечтах вы пережили ситуацию, связанную с отсутствием телефонных звонков после подачи рекламного объявления, а главное, обрадовались этому событию, то таким образом это событие уже имело место в астральном плане. А значит, в реальный план оно уже не попадет. Там будет иметь место обратная ситуация — обилие телефонных звонков.

Но именно здесь совершает ошибку большинство рекламодателей. Запустив рекламу, они начинают мысленно готовиться к общению с большим количеством людей, которые на эту рекламу откликнутся, заранее ищут помещение, где можно было бы принять огромное количество людей, освобождают время под будущие многочисленные встречи, а в результате... ни одного звонка.

Так регулярно происходило с сетевиком Василием Захаровичем, который тратил большие деньги на покупку рекламных площадей в газетах, а затем удивлялся низкой отдаче с напечатанного объявления. Я поинтересовался у рекламодателя, а чем занята его голова после того, как он «запустил рекламный текст» в средства массовой информации. Он ответил: «Я мысленно представляю себе обилие звонков, по этой причине даже установил многоканальный телефон, представляю себе встречи с многочисленными клиентами, и тут же арендую вместительный замок, представляю себе, сколько денег я заработаю, как хорошо заживу». «И тем самым вы переводите все перечисленные события в астральный план. А это значит, что в реальной жизни эти события никогда не будут иметь места. Вы необузданностью своих мечтаний сами рубите сук, на котором сидите, — пояснил я. — А вот если вы, Василий Захарович, после подачи рекламных объявлений заставите себя думать наоборот, *например, как было бы здорово, если на мою рекламу не откликнется никто, тогда я наконец-то брошу это малоперспективное занятие — сетевой маркетинг — и найду себе другое, более денежное, например ресторанный бизнес (можно даже для убедительности начать подыскивать оное)*. В этом случае, к собственному удивлению, вы убедитесь, что тот же рекламный текст, данный в тех же средствах массовой информации вдруг принесет совершенно другой результат — неизмеримо больший! Вас просто оглушат звонками».

Василий Захарович с тех пор стал обуздывать свои мечты и заставлять себя думать в правильном направлении, и отдача с проводимых им рекламных кампаний резко возросла.

Свою мысль, свои фантазии и свои эмоции следует строго контролировать в том случае, когда вы готовитесь к очной встрече с покупателем.

И вот почему. В учениях о шаманизме присутствует такое понятие как дух-хранитель. Дух — это некая бестелесная сущность, обладающая неограниченной свободой передвижения и имеющая неразрывную связь с одним конкретным физическим телом, которое она периодически то посещает, то покидает. Так вот, согласно все тем же шаманским представлениям, накануне встречи двух физических тел (то есть людей) встречаются их духи-хранители и, оценив состояние будущего *vis-a-vis*, несут соответствующую информацию своему физическому телу о результатах увиденного. Естественно, такая информация поступает от духа к телу не в словесном виде, а в форме душевных ощущений, и, исходя из них, человек идет на предстоящую встречу с тем или иным внутренним предубеждением, например, обязательно купить предлагаемый товар или, наоборот, пренебречь им, во что бы то ни стало подписаться в сеть или наотрез отказаться от работы в ней.

А теперь о том, как наши мысли и эмоции связаны с состоянием духа-хранителя и той оценкой, которую ему дает дух-хранитель другого человека.

Если накануне встречи с потенциальным покупателем продавец думает о том, что покупатель — хороший умный человек и он обязательно приобретет предлагаемый ему товар, то дух-хранитель покупателя несет информацию своему телу о том, что продавец со своим товаром никуда от него не денется и, как следствие, покупатель приедет на встречу, настроенный соответствующим образом: он не приобретет товар, а значит, не заплатит деньги.

Так обычно происходит с теми, кто думает о потребителях своего товара слишком хорошо.

И этого не происходит с другими людьми, кто мысленно не заискивает перед покупателем, не облагораживает его, а скорее пренебрегает им. После встречи с духом такого продавца дух-хранитель покупателя несет его физическому телу информацию: этот человек тобой пренебрегает; чтобы заставить его относиться к тебе уважительно, следует сделать то, что он от тебя хочет — купить его товар, то есть отдать ему свои деньги.

Поэтому на встречу с продавцом, который мысленно пренебрегает своими покупателями, последние приезжают уже заранее готовые делать все, что он предложит.

МЫ ПРИВЫКЛИ ДУМАТЬ О ЛЮДЯХ ХОРОШО. В БЫТУ МЫ МОЖЕМ ПРОДОЛЖАТЬ ЭТО ДЕЛАТЬ, НО В ПРОЦЕССЕ КУПЛИ-ПРОДАЖИ МЫ ДОЛЖНЫ ОРГАНИЗОВЫВАТЬ СВОЮ МЫСЛЬ ПРОТИВОПОЛОЖНЫМ ОБРАЗОМ.

Мария Филипповна с удивлением спрашивала меня, почему клиенты, с которыми она договори­лась о свидании, в большинстве случаев не доез­жают до места встречи, а если доезжают, то непре­менно или без наличных денег, или с явным не­желанием покупать ее товар. Я в свою очередь поинтересовался, о чем думает женщина накануне встречи с клиентом. Мария Филипповна ответила, что рисует в своем воображении картинку, как продуктивно пройдет предстоящее общение, как она убедит своего собеседника сделать покупку на большую сумму. И как он обязательно ее сделает, потому что он очень хороший человек. А в результате «хороший человек» на встречу к ней или не приезжал вовсе или приезжал, чтобы ответить

отказом. Словом, деньги в карман Марии Филипповны так и не попадали.

Я объяснил Марии Филипповне, в чем причина этой неприятной закономерности, и рассказал, *что устранить ее можно, если заставить свой мозг и свою фантазию правильно работать накануне очной встречи с клиентами.* Иными словами, надо заставить себя мысленно рисовать картины пренебрежительного отношения к покупателю: не приедет на встречу и ладно! Не купит товар — и не надо — продам другому. Тогда, и только тогда, покупатели будут доезжать до места условленного свидания и приобретать предложенный им товар. Мария Филипповна решила следовать моему указанию, и ее дела пошли на лад. Клиенты стали отдавать свои деньги за ее товар.

А что делать в том случае, если вы блестяще провели очную встречу, но у вашего собеседника по какой-то причине не оказалось с собой наличных денег, чтобы расплатиться за товар или регистрацию, и он поклялся, что или сегодня к вечеру, или завтра утром привезет указанную сумму?

В ЭТОЙ СИТУАЦИИ КАК НИКОГДА НЕОБХОДИМО ПРАВИЛЬНО ОРГАНИЗОВАТЬ СОБСТВЕННУЮ МЫСЛЬ. ДЛЯ ЭТОГО ПО ОКОНЧАНИИ ОЧНОЙ ВСТРЕЧИ СЛЕДУЕТ НЕМЕДЛЕННО НАЧАТЬ УБЕЖДАТЬ СЕБЯ В ТОМ, ЧТО, НЕСМОТРЯ НА ГОРЯЧЕЕ ЖЕЛАНИЕ ВАШЕГО КЛИЕНТА ЗАПЛАТИТЬ ВАМ ДЕНЬГИ, ОН ЭТОГО НЕ СДЕЛАЕТ ЛИБО ПОТОМУ, ЧТО ОБЕЩАННЫХ ДЕНЕГ У НЕГО НЕТ, ЛИБО ЖЕНА НЕ РАЗРЕШИТ ЕМУ ИХ ПОТРАТИТЬ ИЛИ ОН ПРОСТО НЕ ДОНЕСЕТ ИХ ДО ВАС, СОБЛАЗНИВШИСЬ ДРУГОЙ ПОКУПКОЙ И Т. Д.

Так надо упорно размышлять до той самой минуты, пока деньги вашего клиента не стали вашими деньгами. Только тогда психофизический акт притяжения денег и впрямь будет законченным.

Курьезный случай послужит иллюстрацией ко всему вышесказанному. Данила попал в так называемый фонд поддержки малого и среднего бизнеса абсолютно случайно. Продал старенькую иномарку, а покупатель тут же и предложил ему выгодно вложить деньги, то есть вступить в закрытый клан, где все друг другу помогают, все друг друга поддерживают, пообещав, что если Данила будет привлекать туда других людей, то с каждого привлеченного он будет иметь солидный процент и таким образом вскоре неслыханно разбогатеет. В момент вербовки Даниле подливали и подливали дорогое кукурузное виски, затем повезли знакомиться с «нужными людьми», а поскольку деньги в тот вечер были у Данилы с собой, то проснулся он, естественно, без них, правда, уже действительным членом бестоварной маркетинговой сети. Проснулся Данила и подумал, что вчера попросту отдал свои кровные денежки чужим людям. Отдал за просто так. Поддержка членов маркетинговой сети (налоговых инспекторов, юристов) ему была не нужна, ведь работал молодой человек простым поваром в вагоне-ресторане. Завербовать новых членов для вступления в сеть поддержки малого и среднего бизнеса он не надеялся, во-первых, потому, что страдал серьезным дефектом речи — сильно заикался, а, во-вторых, не верил, что найдется на всем свете еще хоть один дурак, который вложит три тысячи долларов за вступление в подобную организацию. Разъезжая в вагоне-ресторане от Москвы до Южного Урала и обратно, порой подвыпивший

повар исключительно для того, чтобы поддержать беседу, рассказывал в вагоне-ресторане то одному, то другому такому же подвыпившему пассажиру о необходимости внести взнос в фонд поддержки предприятий малого и среднего бизнеса. Для солидности оставлял свои московские координаты и, конечно же, поутру забывал о состоявшемся разговоре. Сильно же потом приходилось удивляться Даниле, когда случайные собеседники разыскивали его в Москве и настойчиво требовали отвести их туда, где готовы принять их деньги взамен на членство в вышеупомянутой маркетинговой сети.

«Сначала, — рассказывал Данила, — я думал, что они надо мной попросту издеваются. Я вез их в фонд исключительно из любопытства, как далеко человек может зайти в своем желании надо мной посмеяться. Но когда один такой «шутник» внес три тысячи долларов, спустя неделю — другой, а затем и третий, и с каждого из них я получил свой процент, я понял, что это уже не шутки.

С этой минуты я стал относиться к своей деятельности серьезно. Если раньше я подсаживался в вагоне-ресторане едва ли не к первому попавшемуся подвыпившему человеку, то теперь тщательно выбирал людей, которые солидно выглядели, достойно себя вели и были непременно трезвыми. Сам я, конечно, уже не пил ничего и очень переживал за результат каждой беседы, трепетно ждал ответного звонка, мысленно делил в своем сознании те деньги, которые рассчитывал получить за вовлечение в сеть — прикидывал, сколько я потрачу на покупки, сколько — на отдых, сколько на женщин и т. д. Но вся штука в том, что делить-то с тех пор оказалось нечего. После трех первых откровенно случайных клиентов я не завербовал никого. В чем

дело, — поинтересовался у меня Данила, — ведь сначала, когда я просто валял дурака, результат был великолепный, а когда отнесся к делу серьезно, результата не стало вовсе».

Я ответил: *«Дело в том, что когда ты, образно говоря, «валял дурака», ты тем не менее абсолютно правильно организовал свою мысль: не верил в положительный результат своей агитации, пренебрежительно относился к тем, кому предлагал «свой товар». Вот твои собеседники и несли деньги. Но когда, по твоим словам, ты «начал относиться к делу серьезно», ты стал свою мысль организовывать строго противоположно требуемым правилам: проигрывал позитивные последствия от общения с клиентом, наделяя его положительными качествами. Последствия неправильной игры мысли очевидны: клиенты перестали вносить деньги».*

Когда Данила, теперь уже умышленно, вернул себя в положение Фомы неверующего и правильно организовал свое мысленное общение с людьми, его клиенты вновь стали вкладывать деньги в фонд поддержки малого и среднего бизнеса.

Итак вывод: *для успешного притяжения денег необходимо правильно организовать собственную мысль.*

ТРЕНИНГИ, ИЛИ ПОСЛЕСЛОВИЕ К ЧАСТИ II

Возможно, многим из читателей, прочитавшим о методах притяжения денег при работе в маркетинговой сети, все вышеизложенное покажется достаточно трудоемким процессом, а главное, человек почувствует, что должен кардинально изменить себя, изменить мир своих мыслей, мир своих эмоций. Возможно, он скажет себе: я не хочу ничего в себе менять, я хочу жить, мыслить и чувствовать так, как всегда. Что можно посоветовать этому человеку? Ему можно (и нужно!) посоветовать *никогда не позволять вовлекать себя в сетевой бизнес.*

Почему? Да потому, что сетевой бизнес, как и любой другой, ставит своей целью заработать деньги. Взаимоотношения с миром денег выстраиваются по тем правилам, которые я привел в этой книге. *Это не мое личное мнение. Это закон природы.*

Нарушение этого закона грозит в лучшем случае безрезультатностью предпринятых усилий, в худшем — потерей собственных денег, недвижимости и т. д. Поэтому, прежде чем связать свою жизнь с сетевым бизнесом, задайте себе вопрос, а готовы ли вы пойти на те изменения в своем мировоззрении и

психологическом укладе, которые необходимы для работы в сети? Если вы не готовы к этому изменению, то рекомендую не искушать судьбу, а направить свои стопы в поисках заработка в государственные или частные предприятия в качестве наемной рабочей силы. В конечном итоге каждый сам для себя решает, что ему дороже: возможность в грядущем стать удачливым бизнесменом или сохранить себя навсегда таким, какой ты есть в настоящий момент. Если вы хороший специалист в своей области, то рано или поздно вы будете по достоинству оценены работодателями и будете получать неплохие деньги. Но если вас манит перспектива свободного предпринимательства, и особенно такая его разновидность, как сетевой маркетинг, то вам просто необходимо скорректировать свой взгляд на жизнь и научиться управлять своими мыслями и эмоциями. Что касается последнего, то здесь вам на помощь придет тренинг.

Упражнение 1. ПОЛЮБИ ТО, ЧЕГО БОИШЬСЯ

Цель тренинга — ***выработать умение резко изменить свое отношение к перспективе собственного шага и заставить себя немедленно полюбить то, что каждый человек втайне боится, — безрезультатности своего поступка.***

1. Каждый из участников берет три листа бумаги. На каждом листе он пишет по одному из своих заветных желаний и указывает ту сумму денег, которая необходима, чтобы это желание исполнилось.

2. Затем на каждом листе под желанием и суммой он пишет текст рекламного объявления, которое, по его мнению, заставит людей купить его товар, подписаться в сеть, то есть принести те деньги, которые необходимы для исполнения каждого из желаний.

3. В аудитории устанавливают стол, на столе табличка «Редакция». За столом располагается «редактор». Все участники тренинга выстраиваются друг за другом в очередь, чтобы подать свое рекламное объявление редактору. Редактор каждому сначала отказывает в приеме объявления. Участник должен любой ценой уговорить, упросить, заставить редактора принять объявление, мотивируя это тем, как важна ему данная цель.

4. По выходе из редакции рекламодатель проходит мимо очереди из участников тренинга, каждый из которых поочередно просит у него совет, а стоит ли давать рекламу в эту редакцию? Каждого из стоящих в очереди рекламодатель должен убедить в том, что это абсолютно пустая затея, что данная реклама не принесет ничего.

5. Когда рекламодатель таким образом дойдет до хвоста очереди, все стоящие в ней одновременно задают ему вопрос, а зачем он сам подал рекламу в эту редакцию? Рекламодатель должен объяснить очереди, что сделал это для того, чтобы, получив отрицательный ответ, навсегда отделаться от этого СМИ (как вариант сетевого бизнеса, своей мечты и т. д.) и почувствовать себя свободным и счастливым.

6. После ответа рекламодателя в редакцию заходит следующий человек из очереди. Он проходит по тому же циклу. Цикл для каждого из участников тренинга повторяется три раза согласно количеству написанных на листе желаний.

Если количество участников тренинга велико, то количество желаний, а следовательно, и рабочих циклов для каждого из участников можно сократить.

Упражнение 2. РАБОТА С НЕЯСНЫМ ОБРАЗОМ

Цель тренинга — *избавление от страха перед клиентом.*

1. Все участники тренинга разбиваются на пары. Причем пары должны образовывать абсолютно незнакомые люди (или в крайнем случае малознакомые). Участники в парах обмениваются записками, на которых указаны личные имя и дата рождения.

2. Каждый из участников должен продать *своему* партнеру какую-то совсем простую вещь (например, шарик от пинг-понга). Для того чтобы найти психологические ходы к потенциальному покупателю, продавец начинает задавать ему необходимые вопросы, например: кем тот работает? Нужны ли ему деньги? Есть ли у него мечта? Покупатель на вопросы отвечает уклончиво или не отвечает вовсе, то есть умышленно не дает никакой информации, чтобы у продавца возник *страх перед неизвестностью.*

3. Продавец поэтапно вычленяет из внешности те фрагменты, по которым можно судить о чертах характера человека и способах подхода к нему:

- цвет глаз,
- форму носа,
- форму ушей,
- форму шеи.

Затем продавец разворачивает поданную ему записку с указанием имени и даты рождения покупателя и на основании информации, приведенной в этой книге, выстраивает для себя характер и особенности мировоззрения данного человека. На следующем этапе он строит схему подхода к этому человеку.

4. На основании выработанной схемы продавец уверенно предпринимает попытку продать

покупателю свой товар. Затем участники пары меняются ролями.

Смысл этого тренинга — *заставить сетевику увидеть в незнакомом человеке понятные и знакомые психологические черты и уверенно использовать это знание для достижения своей цели — продажи товара.*

Упражнение 3. КОДИРОВАНИЕ НА ДЕНЬГИ

Цель тренинга — *приучить людей постоянно думать о деньгах как о смысле своей деятельности.*

Участники тренинга используют информацию, приведенную в приложении к настоящему изданию, где указано, какие бытовые факторы способствуют обретению человеком денег в результате трудового дня, а какие, напротив, препятствуют этому.

Тренинг строится по принципу известной детской игры «Съедобное — несъедобное». Участники разбиваются на пары, у каждой пары должен быть пинг-понговый шарик (или другой предмет, который можно без ущерба кидать и ловить).

Дальше обладатель шарика называет *месяц* и бросает партнеру шарик. Если, согласно приложению, в этот месяц деньги притягиваются к бизнесмену, то партнер обязан шарик поймать. Если в этот месяц деньги от бизнеса отводятся, партнер шарик не ловит.

Если партнер ошибся, ему записывается штрафное очко. Затем владелец шарика называет РОДСТВЕННИКА (дед, племянник и т. д.) и одновременно бросает партнеру шарик. Если встреча с названным родственником сулит бизнесмену деньги — партнер шарик ловит, если нет — не ловит. Потом по такому же принципу одновременно с бросанием шарика называются:

- профессия случайно встреченного человека,
- внешние признаки (карлик, глухой и т. д.),
- цвет одежды, в которую сетевик должен одеваться в начале трудового дня,
- картины (в офисе, в доме),
- материал, из которого изготовлена одежда,
- материал, из которого изготовлено украшение,
- меню завтрака.

Затем обладатель шарика и его партнер меняются функциями. Тот из них, кто набрал наименьшее количество штрафных очков, выходит в следующий круг соревнований. Там он встречается с победителем другой пары. Так, по «кубковой системе» определяется победитель среди участников тренинга.

На своих занятиях я использую большое количество упражнений, позволяющих участникам в дальнейшем легко и безболезненно манипулировать собственной психикой с целью осуществления *магической поддержки* своих практических шагов на ниве коммерции. Тренинги, как правило, чередуются с медитациями, которые также являются составной частью психоэнергетического воздействия человека на окружающий его мир. Пройдя через этот курс, работник сетевого маркетинга легко усваивает как статические психологические состояния, так и их умышленное изменение, в результате которых осуществляется воздействие на людей с целью притяжения их денег.

Размеры настоящего издания не позволяют привести этот курс в полном объеме, но и описанные выше тренинги дадут значительный результат, если будут использованы организаторами семинаров или отдельными лидерами с целью интенсификации работы дистрибьюторов.

Часть III

**ПОСТРОЕНИЕ
СОБСТВЕННОЙ
СТРУКТУРЫ**

ВСТУПЛЕНИЕ

Любая сложившаяся социальная система со временем порождает большое количество людей, которые в нее не вписываются. Сегодня эти люди получили название «протестный электорат». Этот протестный электорат существовал всегда, а особенно в так называемую эпоху стагнации. Писатель Александр Солженицын так сформулировал идеологию таких людей — «неучастие во лжи». Да, большое количество честных и порядочных людей не участвовало кто телом, кто только душой в показушных мероприятиях, организованных агитаторами, горлопанам, главарями коммунистических времен.

Одним из таких мероприятий часто была работа. Да, да, именно производственная деятельность в те незапамятные времена порой превращалась в какое-то абсурдное бессмысленное шоу. Я за восемь лет моей работы в гражданской авиации так и не понял, в чем именно заключался смысл моей деятельности. Со строгой периодичностью я производил патентные исследования, а затем вместе с группой сотрудников оформлял заявки на изобретения, которые, конечно же, никто не собирался внедрять в производство, так как они были полностью лишены практического смысла. Я разрабатывал технологические схемы обслуживания таких

типов воздушных судов, которые и по сей день не выпускаются нашими авиазаводами и т. д. Этой бессмыслицей занимался, как вы понимаете, не я один, а огромное количество интеллигенции на просторах нашей необъятной Родины. Чтобы не чувствовать себя сумасшедшими, люди, по выражению Солженицына, стремились «не участвовать во лжи» хотя бы душой, поэтому, отбив на работе восемь часов, формально выполнив все, что предписывалось должностными инструкциями, они стремились найти себя в нормальных делах, имевших практический смысл.

Моя сослуживица, кандидат наук, все свои знания бросала на то, чтобы научиться солить ложные белые грибы, именуемые в простонародье «горчущки», солить так, чтобы они были не только съедобны, но и очень приятны на вкус. Занятие разумное и практически выгодное, ведь «горчущки» никто не собирал. Научившись их обрабатывать, моя сослуживица обеспечивала грибными запасами свою семью. Для этого ей требовалось всего лишь полдня погулять по подмосковному лесу. Кто-то уезжал на дачу и выращивал там клубнику небывалого сорта или небывалой величины, кто-то уходил в турпоход и там находил применение своим лучшим качествам: отваге, решимости, честности. Одним словом, настоящая, осмысленная, продуктивная жизнь начиналась там, где заканчивалась твоя основная производственная деятельность, за которую ты, кстати, получал зарплату. Таким образом, деятельность, за которую ты получаешь деньги, чтобы физически существовать, в сознании целого поколения никак не связывалась с настоящей жизнью. Настоящая жизнь для этого

поколения начинается лишь там, где прекращается борьба за «презренный металл».

Деньги обладают такой особенностью: они охотно идут в руки человека, который полностью посвятил им свою жизнь.

Поэтому если вы считаете, что ваша «настоящая, жизнь» начинается там, где кончается предпринимательская деятельность, то вряд ли сможете достаточно зарабатывать, сколько бы ни прилагали усилий.

Мысль, что настоящая жизнь начинается именно с работой в сетевом маркетинге, следует доводить до сознания человека, которого вы стремитесь рекрутировать.

Не новость, что на сетевой маркетинг в первую очередь обращают свои взоры те, у кого внезапно возникли проблемы: ушел муж и стало не на что содержать себя и детей, рухнул собственный бизнес, а семья требует денег, возник долг, который не с чего отдать, тяжело заболел кто-то из родственников и нет денег на операцию или лечение и т. д. Человек будет рад любому способу избавления от проблемы. Лишь бы она ушла из его жизни.

Так вот, до сознания такого человека следует довести мысль, что каковы бы ни были способы решения его проблемы, все они находятся в рамках его деятельности в сетевом маркетинге. Например, покинутая мужем женщина может исключительно в сетевом бизнесе заработать на достойную жизнь, а может на этой работе найти человека, который избавит ее от необходимости работать самой, но для этого, подчеркиваю, надо поступать так, как предписывает работа в сети: много и активно работать в сетевом бизнесе, то есть встречаться с людьми под предлогом продажи им товара или рекрутирования в

сеть. То же самое следует довести до сознания потерпевшего фиаско бизнесмена: если сделать то, что предписывает работа в сети, то можно сохранить семью, вернув жене прежний достаток, но можно и встретить женщину, которая оценит в тебе не твой кошелек, а человеческие качества. Но для этого опять же нужно самозабвенно трудиться в сетевом маркетинге: побольше встречаться с людьми, продвигать товар. А весьма благовидный предлог для контактов с представительницами прекрасного пола при работе в сети есть: продажа товара, рекрутирование в сеть. Должник, благодаря тому, что сетевой бизнес позволяет общаться с разными людьми, сможет и заработать те деньги, которые необходимы, чтобы вернуть долг, или найти человека, у кого можно деньги перезанять на лучших условиях. Сетевик, у которого тяжело болен родственник, сможет найти большие деньги на его лечение, а может встретить здесь квалифицированного врача или целителя, который поднимет больного.

Иными словами, настоящая жизнь у человека там, где он находит избавление от насущных проблем.

Если вы хотите заставить человека работать в сети с хорошей отдачей, то следует убедить его в том, что именно эта работа даст ему возможность решить стоящую перед ним проблему тем или иным образом.

У меня был клиент-сетевик по имени Артур. Он подписал в сеть распространения парфюмерии свою соседку по лестничной клетке по имени Лиза. Толку от этой Лизы, по выражению Артура, не было никакого. Товара женщина почти не реализовывала, собственной структуры выстроить не могла. Все дело в том, что у матери Лизы было

серьезное заболевание костно-мышечной системы. Болезнь причиняла большие страдания. Лизина мать кричала по ночам от боли, не давая спать всей семье. Эта проблема требовала решения. Решение этой проблемы жизнь возложила на Лизу. Лиза пришла в маркетинговую сеть, чтобы заработать деньги на дорогостоящую операцию, которую рекомендовали сделать врачи. Но в течение дня, кое-как рекламируя клиентам шампуни и кремы, она ждала момента, чтобы начать «настоящую жизнь» — уйти в поиск специалистов от альтернативной медицины, так как их услуги стоили меньше. Лиза садилась на телефон, обзванивала друзей, их знакомых и прочих в поисках специалиста, который сможет помочь ее матери.

«Что делать с Лизой для того, чтобы заставить ее продуктивно работать?» — спросил меня Артур.

«Объяснить ей, — ответил я, — что она скорее найдет нужного для выздоровления матери специалиста среди клиентов, которым предлагает товар (или их знакомых), нежели среди случайных людей». Эту мысль Артур довел до сознания женщины, и она преобразилась. Теперь Лиза предлагала парфюмерию всем подряд, изо всех сил старалась, чтобы продукция понравилась, а тогда она имела право попросить этих людей об ответной услуге: найти специалиста, который вылечил бы ее мать. И наконец-то нашла! Одна из потребительниц ее товара, узнав о болезни Лизиной матери, воскликнула: «Ба! Да я сама страдала от такой же. Меня поставил на ноги...» И дальше она назвала фамилию и адрес специалиста. Указанный человек и впрямь быстро и за небольшие деньги избавил от недуга Лизину мать. Но дело в том, что в процессе поиска специалиста Лиза сама заработала

много денег и принесла солидный доход Артуру, в сеть которого была подписана.

А представьте, например, покинутую мужем женщину, которая предлагает товар или агитирует войти в сеть, а сама при этом только и думает, куда ей отправиться вечером на поиски нового мужа, во что одеться, какой сделать макияж и т. д. Много она заработает сама, много принесет вам прибыли, если подписана в вашу сеть? Ничего не заработает, ничего не принесет. А теперь представьте ее же, но убежденную, что своего суженого она может встретить сегодня же в лице покупателя своего товара, а с завтрашнего дня он уже будет содержать ее саму и ее детей.

В каком случае данная особа будет работать интенсивнее? Конечно же, во втором.

В каком случае она заработает больше денег? Конечно же, во втором.

В каком случае повысит ваши заработки? Конечно же, во втором.

Итак, для того чтобы заставить человека охотно и продуктивно работать в маркетинговой сети, надо довести до его сознания мысль о том, что только работа в сети способна быстро решить стоящие перед ним проблемы. Решить тем или иным образом. Он должен знать, что его настоящая жизнь протекает на работе, а не вне ее.

ГЛАВА 1

НЕ СОБЛАЗНЮ — ТАК ХОТЯ БЫ ЗАРАБОТАЮ

Итак, в сетевой бизнес часто попадают люди после того, как в их личной жизни произошло фиаско. Одним из часто встречаемых фиаско, как уже говорилось, являются неурядицы в семье или крушение последней. На этой ситуации следует особо заострить внимание.

Дело в том, что ДЕНЬГИ обладают весьма специфической особенностью: они особенно легко притягиваются к человеку, если он собирается их обратить на свои любовные похождения.

Дело в том, что стихия ДЕНЕГ относится к категории так называемого *нижнего мира*. Нижний мир несет ответственность за продолжение человеческой популяции. Поэтому нижний мир материально поддерживает те движения человека, которые, во-первых, направлены на создание новой биологической жизни (то есть возможного появления ребенка) и, во-вторых, на то, чтобы данного ребенка кормить до тех пор, пока он сам формально сможет иметь уже собственных детей. У девочек этот возраст соответствует 13 годам, у мальчиков — 14.

Поэтому, если ваш дистрибьютор молод и бездетен, сфокусируйте его сознание на том, что целью его работы в сетевом маркетинге является

создание семьи или нахождение сексуального партнера (или партнеров). Те люди, которые по разным причинам не могут для него являться таковыми, служат источником материальных поступлений, которые опять же надо направить на решение своих сексуальных проблем.

Такая психологическая схема не только вызывает к жизни силы мистического нижнего мира, но еще и активизирует вполне реальные сексуальные энергетика, которые в изобилии вырабатываются в организме человека практически в любом возрасте. А читатель знает, что чем больше человек задействует своей энергии и чем сильнее сконцентрирует ее на одной цели, тем скорее он добьется успехов в бизнесе.

Моя клиентка со старинным русским именем Василиса подписала контракт с 20-летним Андреем. Накануне у Андрея случилась личная драма: пока он по выходным ездил с друзьями на рыбалку, его жена завела роман с другим человеком, а затем и вовсе оставила Андрея. Детей у Андрея не было, кандидаток на замену неверной супруги — тоже. Свой бизнес в сети парень вел спустя рукава: ему материально пока еще помогали родители, и острой нужды в деньгах он не испытывал. Не испытывал он и желания использовать маркетинговую сеть для решения существующей сексуальной проблемы: он не искал подходящую женщину, имея возможность посредством предложения товаров контактировать с фантастическим количеством представительниц противоположного пола. Сделав в течение дня несколько звонков и проведя кое-как несколько встреч, Андрей направлялся к дому, где теперь жила его бывшая жена, в надежде

повстречать ее и зародить в ней стремление вернуться к нему. Конечно же, все эти попытки заканчивались безрезультатно.

Я объяснил Василисе, что психологическая ошибка Андрея заключается в том, что он не осознает простого факта: чтобы заинтересовать собой покинувшую тебя женщину, нужно в первую очередь стать счастливым без нее. Работа, которая ему досталась, — идеальное средство для осуществления этого плана. Маркетинговая сеть распространяла препараты, решавшие чисто женские проблемы: увеличение груди, бесплодие, избыточный вес и т. д. Иными словами, любовная жизнь Андрея должна протекать в процессе работы, а не вне ее.

Василиса, как смогла, довела эту мысль до сознания своего подопечного. А дальше события развивались следующим образом. Андрей, образно говоря, повернулся к ушедшей жене спиной и стал искать забвения с другими девушками. Благо предлог поближе сойтись с ними всегда был под рукой — товар его фирмы. Если девушка нравилась, Андрей беспрепятственно мог обращаться к ней, чтобы предложить, например, новую продукцию, обращаться до тех пор, пока не достигал с ней близких отношений. Если представительница противоположного пола по каким-то причинам не представляла для Андрея сексуального интереса, он с неменьшим энтузиазмом работал с ней, зная, что за полученные от нее деньги он приобретет все необходимое, чтобы очаровать ту, которая таковой интерес у него вызывала. По словам Василисы, со стороны наблюдавшей за своим молодым дистрибьютором, создавалось впечатление, что какая-то невидимая сила вдруг стала помогать Ан-

дрею легко сбывать свой товар и тем особам, которых он хотел соблазнить, и тем, кого соблазнять не собирался.

Развязка у этой истории была следующая. От одной из случайных знакомых жена Андрея услышала об очаровательном молодом человеке, расширяющем производство, предназначенную преимущественно для женщин. О нем говорилось как о большом шеголе и страстном любовнике. В женщине возобладало любопытство, и она попросила познакомить с ним. Велико же было ее удивление, когда ей представили собственного мужа. К тому времени Андрей уже так увлекся своей «работой», что в его глазах уже не было ни малейшего интереса к некогда покинувшей его жене. Напротив, в глазах читалось полное удовлетворение жизнью и жажда новых любовных побед. Самолюбивая женщина не ожидала именно таким увидеть покинутого мужа. Она-то думала, что он будет страдать без нее всю жизнь. Теперь уже женщина стала ходить возле дома, где жил Андрей, в надежде встретить его и склонить к восстановлению семьи, она вступила в ту же сеть, что и Андрей, и стала активным лидером в его структуре, и все это для того, чтобы бывший муж обратил на нее внимание. Чем кончатся их отношения, покажет время. *На сегодняшний день главный итог этой любовной истории такой: у Василисы образовалась мощная структура, имеющая сильных и увлеченных своей работой лидеров — Андрея, его жену и еще нескольких женщин, влюбленных в Андрея.*

Итак, если у человека, рекрутируемого вами в сеть, произошло крушение личной жизни и он стоит перед необходимостью создания новой семьи, ему надо объяснить, что в грядущем каждая

его встреча с потенциальным клиентом — это очередной шанс решить проблему устройства личной жизни. Человек возразит вам, что далеко не каждый клиент, во-первых, является представителем противоположного пола, во-вторых, подходит для создания семьи по возрасту, по внешним данным или по другим признакам. Вам следует в свою очередь объяснить ему, что в случаях, когда клиент не подходит в супруги или в любовники, нужны всего лишь его деньги. Но в то же время эти деньги должны быть израсходованы на те атрибуты, которые впоследствии помогут обворожить человека, который подойдет для создания семьи или решения сексуальных проблем. Женщинам необходимо зарабатывать на соблазнительные наряды, косметику и т. д. Мужчинам — на недвижимость, автомобиль, словом, конечно же, на то, чтобы респектабельно выглядеть в глазах представительниц противоположного пола.

Вышеприведенный закон, когда смыслом притяжения денег являются сексуальные мотивировки, особенно эффективно срабатывает в тех случаях, когда у человека либо вовсе нет детей, либо возраст его детей превышает 13 лет у дочери и 14 лет у сына.

Еще в старину было известно, что с определенно-го возраста здоровый и полный сил человек вдруг начинал больше проедать, чем зарабатывать. И не потому, что он плохо работал или болел, а потому, что ему просто переставало везти. Поскольку пропитание в те времена доставалось трудно, то такого человека сажали на телегу (зимой на сани), отвозили в дремучий лес и оставляли там на растерзание диким зверям. Сегодня мне также приходится наблюдать явление, когда удача вдруг ни с того ни с сего отворачивается от человека, еще вчера имев-

шего, казалось бы, гарантированный достаток. Повторяю, это происходит тогда, когда его младшие дети достигают определенного возраста: девочка — 13 лет, мальчик — 14 лет.

Людам, у которых есть дети вышеуказанного возраста, вовсе не обязательно выключаться из активной коммерческой деятельности. Им надо резко изменить психологические мотивировки. Если раньше такие люди стремились заработать деньги, чтобы в большинстве случаев решать проблемы своих детей (прокормить, одеть, обучить), и деньги на такие мотивировки охотно шли к ним, то с того дня, когда их чадам исполнилась роковая дата, следует убедить себя, что теперь деньги нужны исключительно ради собственных любовных приключений, то есть на гипотетическую возможность иметь еще одного ребенка. Причем не в браке! В этом случае на пути обретения «презренного металла» вновь возникает поддержка мистического нижнего мира, и пробуждающиеся к жизни сексуальные энергетика опять эффективно притягивают к человеку деньги.

Юлия Борисовна жаловалась мне на своего дистрибьютора Татьяну, у которой вдруг резко сократился объем продаж и распалась выстроенная ею линия. «Не пойму, что с ней произошло? — сетовала Юлия Борисовна. — Ведь вижу, что старается как всегда, а результата нет». «Сколько у нее детей и сколько лет каждому из них?» — поинтересовался я. «Старшему не помню сколько, а младшей дочери в этом году 13 исполнилось», — ответила собеседница. «А ради чего Татьяна зарабатывает деньги?» — последовал мой второй вопрос. «Конечно же, чтобы детишек своих обеспечить», — последовал ответ. «А на мужчин она поглядывает или

нет?» — не унимался я. «И мужа не любит, и на мужчин не глядит», — пояснила мне женщина-сетевик. «Тогда доведите до сознания Татьяны, — посоветовал я, — что после того, как младшей дочери исполнилось 13 лет, цель коммерческой деятельности сетевого не ублажение своих чад, а возрождение собственной сексуальной жизни. Ей следует выходить на работу для того, чтобы или завести там любовника, или иметь непродолжительные связи с мужчинами». Юлия Борисовна даже всплеснула руками: «Да у меня язык не повернется ей такое сказать! Она из приличной семьи: мать — учительница, сама — бывший педагог младших классов». «А вы убедите ее, — не унимался я, — что ей вовсе не обязательно переходить к близким отношениям. Ей достаточно стремиться к ним, а главное, стараться заработать деньги на достижение этой цели теми средствами, которые предоставляет сетевой маркетинг. Уверяю, что деньги станут ее находить с новой силой. А когда найдут, их необязательно тратить на романы с мужчинами, их можно опять потратить на нужды своих детей, которых она так любит.

У древних славян было такое тайное знание: имитационная магия. Человек вовсе не обязан был жить в том состоянии, которое приносило ему решение его проблем, ему достаточно было искусно имитировать это состояние в своей душе, и проблема решалась. Вот и вашему дистрибьютору я рекомендую имитировать неумное стремление к разнообразной сексуальной жизни, и деньги немедленно пойдут к ней навстречу. Если она по своему усмотрению захочет не имитировать это стремление, а действительно пустится во все тяжкие, результат будет тот же».

Татьяна, по словам Юлии Борисовны, во все тяжкие так и не пустилась, а вот имитацией сексуальных устремлений занялась активно. Женщина старательно убеждала себя, что осуществляет свою работу исключительно для того, чтобы обзавестись новыми любовными партнерами и добиться их благосклонности. Продукция, распространяемая ее сетью, была сориентирована преимущественно на женщин: кремы, мази и т. п., но Татьяна откопала в ассортименте фирмы такое, что привлекло мужчин — присадки, добавляемые в топливо автомобильных двигателей. Теперь к этой женщине удача вновь повернулась лицом. Заработанные деньги она тратит, как и прежде, на нужды своих любимых детей. Но теперь ей есть, что тратить, потому что ее бизнес ожил, а созданная ею структура активно заработала*.

* Издревле на Руси было известно, что одни любовные партнеры приносят удачу добытчику материальных средств, а другие, наоборот, отводят ее. Направленность данного издания не позволяет подробно описать эту закономерность. Подобрать партнера, близкие отношения с которым позитивно скажутся на ваших заработках, можно в Интернете, обратившись на сайт www.love-money.da.ru.

ГЛАВА 2

ДЕТИ И ДЕНЬГИ — ТАЙНАЯ СВЯЗЬ

Однако бывают обратные ситуации. В них сексуальные мотивировки не притягивают, а старательно отводят деньги от сетевого. Это имеет место в двух случаях. Но прежде чем начать конкретный разговор об этих явлениях, следует сделать небольшое отступление. Тогда читатель лучше поймет природу этих аномалий.

В славянских дохристианских учениях считалось, что человеческая душа проходит на Земле семь инкарнаций. Причем переселение душ возможно только в прямых родственниках. Душа появившегося у родителей первенца когда-то пребывала в теле кого-то из родственников его отца. Во второго ребенка от той же пары вселяется душа кого-то из почившей родни по линии матери. Про третьего ребенка говорят: «Ни в мать, ни в отца — в заезжего молодца». Действительно, третий ребенок какой-то обособленный. По поверьям, в нем находится душа, не*

* Это правило проявляет себя приблизительно в 80% случаев. Если отец — хронический алкоголик, страдает серьезными наследственными заболеваниями или просто очень слабый человек, в первенца вселяется душа кого-то из почивших родственников по линии его матери.

принадлежащая ни отцовскому, ни материнскому роду. Этот ребенок становится основателем нового рода. В четвертого ребенка вновь вселяется душа по линии родственников отца, в пятого — по линии материнской родни. Шестой, как и третий, — родоначальник нового рода и т. д.

Все в тех же дохристианских учениях считалось, что деньгами и любовью ведают души умерших, готовые к очередному воплощению в плоть. Это они создают любовные пары, в детей которых потом вселяются. Это они часто помогают супругам материально, когда те растят свое потомство.

Так вот мною замечен интересный эффект: если женщина воспитывает ребенка, пошедшего в ее родовую ветку (чаще второго), и при этом лишилась мужа, то сколько бы она ни стремилась обрести нового мужа, словно какая-то невидимая рука будет отводить ее от повторного брака (до тех пор, пока ребенку не исполнится 13—14 лет). *Но если такая женщина ищет в повторном браке не возлюбленного для себя, а отца для ребенка, ей легко удастся вступить в повторный брак. Видимо, готовые к воплощению души, курирующие этот процесс, старательно оберегают ребенка от того, чтобы энергия матери, ее любовь, забота и т. д. не растрагилась на постороннего человека, а полностью была направлена на ее чадо.* Ведь у этого чада тоже впоследствии будут дети. И в одного из них и вселится душа, которая сейчас пристально курирует поведение женщины.

Поэтому если такая особа придет работать в маркетинговую сеть, поставив во главу угла чисто сексуальные мотивировки, как я это описывал в предыдущей главе, то ее деятельность будет обречена на фиаско.

С другой стороны, если женщина, имеющая ребенка, пошедшего в ее родовую ветку, захочет удовлетворять его малейшие запросы или просто самостоятельно содержать его на достойном уровне, опять какая-то невидимая рука будет ей в этом активно помогать.

Элеонора Павловна некогда посетила мой семинар, на котором я рассказывал о действенности сексуальных мотивировок применительно к процессу притяжения денег в результате коммерческой деятельности. Прошло некоторое время, и Элеонора Павловна обратилась ко мне с претензией. «Ко мне в сеть пришла работать женщина с двумя детьми по имени Лада. Раньше она была обеспеченной особой, но затем ее оставил муж, и ей пришлось самостоятельно зарабатывать себе на жизнь. Я пообещала, что в сетевом маркетинге она сможет обеспечить и себя, и свою семью, а дальше подробно объяснила ей вашу **методику использования сексуальных мотивировок для притяжения денег**. Лада стала активно воплощать в жизнь ваш метод, то есть активно искать себе мужа, используя маркетинговую сеть, но результат поверг ее в отчаяние. Клиенты не реагировали на размещенную ею рекламу, люди, которым она назначала встречу, не приезжали, а если кто и приезжал, то лишь для того, чтобы охаять предлагаемый Ладой товар и потребовать, чтобы она его больше не беспокоила. У меня возникло впечатление, что между Ладой и клиентами возникла невидимая стена, которая препятствует не только тому, чтобы женщина вновь обрела семью, но даже тому, чтобы она заработала деньги».

Я уже привык к тому, что слушатели семинаров усваивают не всю информацию, которую я там даю. Вот и Элеонора Павловна, живо заинтересовавшись

сексуальными мотивировками как средством притяжения денег забыла мой рассказ об особенностях поведения в бизнесе женщин, имеющих двух детей, младшему из которых не исполнилось 13—14 лет. А ведь ее подопечная Лада принадлежала именно к этой категории — ее младшей дочери было всего девять. Деньги должны отводиться от этой женщины в том случае, если она, работая в сети, стреми-лась решить свои сексуальные проблемы.

Для того чтобы исправить существующее положение, надо было посоветовать Ладе изменить психологические мотивировки. Теперь она должна выходить на работу не для того, чтобы искать там себе мужа, а для того, чтобы стараться удовлетворить малейшие капризы своего младшего ребенка. При этом денег будет приходиться столько, что хватит не только на нужды младшего капризули, но и на обеспечение потребностей старшего ребенка, а также самой Лады. Я посоветовал Элеоноре Павловне работать со своей подопечной в таком ключе.

Элеонора Павловна повернула вспять сознание своего дистрибьютора в соответствии с вышеприведенной схемой и коммерческая жизнь Лады ожила. Теперь, согласно метким наблюдениям Элеоноры Павловны, невидимая стена между Ладой и деньгами рухнула, и создалось впечатление, что чья-то незримая рука щедро помогает женщине тогда, когда последней требуются деньги на нужды младшего ребенка.

Часто сексуальные мотивировки не дают положительных результатов в бизнесе тем людям,

* При расчетах следует учитывать и родившихся, а затем умерших детей, но не учитывать тех, кто не появился на свет в результате абортов.

кто является четвертым или пятым по счету ребенком у своих родителей. Причем это происходит в тех случаях, если у их старших братьев и сестер сложились семьи и есть дети.*

Тех, кто родился четвертым и пятым, мы называем детьми-дублерами. Я уже говорил, что те, кто родился первым, четвертым, седьмым и т. д., идут в род своего отца, то есть в них должна вселиться душа кого-то из почивших родственников по отцовской линии. Во второго, пятого, восьмого и т. д. ребенка должна вселяться душа родственника по линии матери. Но на практике эта душа вселяется в первого появившегося на свет представителя как отцовского, так и материнского рода. Если речь идет о продолжении рода отца, то душа — продолжатель рода вселится в первого ребенка, возникшего от пары, а четвертый ребенок, родившийся от той же пары, будет как бы дублером первого. Душа следующего представителя отцовского рода будет реинкарнироваться в кого-то из детей первенца. Поэтому когда первенец выказывает стремление к продолжению рода (создание семьи или просто любовное похождение), то те силы, которые способствуют этому, мигом окажутся на его стороне. А вот четвертый ребенок в своих попытках продлить род сталкивается с препятствиями, особенно если продолжение его рода уже пошло по линии первенца**.*

Поэтому когда сетевик, являющийся четвертым ребенком, пытается зарабатывать деньги на свои

* А также седьмым и восьмым, десятым и одиннадцатым и т. д.

** Для этого первенец должен иметь одного ребенка, если он мужчина, и двоих детей, если это женщина. Бывают и более запутанные случаи.

сексуальные похождения или использовать возможности сетевого бизнеса для обретения любовных романов, то у него ровным счетом ничего не получается. По моим наблюдениям, такие дети часто не способны к созидательному преумножению капитала. Судьба посылает им все необходимое для жизни, но взять что-то лишнее упорно не дает.

Сетевнику в создаваемой им структуре делать ставку на такого рекрута бессмысленно. Эта ситуация может измениться лишь в том случае, когда с потомством первенца происходит беда — он или погибает, или приобретает заболевание, делающее его неспособным впоследствии иметь детей. Тогда завеса над четвертым ребенком поднимается, и все его шаги, направленные на продолжение рода, получают поддержку, в том числе и материальную.

То же самое имеет место с пятым ребенком в том случае, если тот, кто в его семье является вторым по счету, уже имеет одного ребенка (если это мужчина) и двоих детей (если это женщина).

Галина Андреевна привлекла в сеть Риту, скромную тихую девушку, которая давно махнула на себя рукой, потому что из опыта своей жизни знала: мужчины не обращают на нее внимание, сколько бы она из кожи вон ни лезла. Галина Андреевна сама обрела семью посредством работы в маркетинговой сети и поэтому решила поднять боевой дух в своем деловом партнере первой линии, подобрала ей товар, специально предназначенный для мужчин, и рассказала, сколько ее друзей и подруг решили свои сексуальные проблемы именно через сетевой бизнес, и благословила Риту на подвиги. Но подвигов не последовало. Никто из покупателей противоположного пола не прельстился ни на саму Риту, ни на предлагаемый ею товар, в каких бы пикантных

нарядях девушка ни представляла, в каких укромных местах она бы ни назначала встречу.

«Объясните мне причину Ритиных злоключений», — попросила меня Галина Андреевна. Я задавал женщине разные вопросы, а когда узнал, что Рита — четвертый ребенок в своей семье, а ее старшая сестра-первенец замужем и у нее двое детей, я понял, в чем дело. Рита была дублером своей старшей сестры. По этой причине перед ней возникали препятствия, когда она стремилась к воспроизведению на свет потомства или когда пыталась заработать деньги, чтобы нравиться мужчинам. Я посоветовал Галине Андреевне оставить девушку в покое и не стремиться сформировать из нее удачливого дистрибьютора. Правда, я предупредил свою собеседницу, что ситуация с Ритой может измениться, если, не дай Бог, трагические события произойдут с ее младшей племянницей от старшей сестры.

Галина Андреевна позвонила мне через полтора года и сказала: «Сергей Николаевич, а вы оказались правы». Правда, сказала она это не очень веселым голосом. Как потом выяснилось из разговора, в семье старшей Ритиной сестры год назад произошла трагедия: при невыясненных обстоятельствах пропала младшая дочь. Сначала раздавались телефонные звонки с требованием выкупа за ребенка, но затем они прекратились, а затем уже нашли тело девочки. Но вместе с этим ужасным событием вдруг удивительное превращение произошло с самой Ритой. Она в одночасье расцвела как роза. Редкий мужчина теперь не просил у нее телефон. «Я сразу вспомнила наш с вами разговор, — продолжала Галина Андреевна, — и посоветовала Рите немедленно включить сексуальную психологическую мотивировку, то есть использо-

вать сетевой бизнес для решения своих проблем, связанных с продолжением рода. Все пошло как по маслу. Девушка резко повысила объем продаж, создала под собой структуру (преимущественно из мужчин, которые всерьез ею заинтересовались)». А дальше Галина Андреевна перешла на шепот: «Скажу по секрету, Рита уже ждет ребенка, хотя перед этим не могла забеременеть в течение многих лет».

Для чего я подробно описываю особенности притяжения денег к разным категориям людей? А вот для чего.

Сетевой маркетинг в том виде, в каком он пришел к нам с Запада, построен на принципе дублицирования: дистрибьютор должен поступать точь-в-точь так, как это делает человек, приведший его в сеть. Это, по мнению зарубежных коллег, является гарантией успеха. Я думаю, что из вышеизложенного в настоящей главе материала читатель понял, что в сетевом маркетинге практика стопроцентного дублицирования оставит за бортом удачи многих и многих людей.

Эти люди не заработают денег сами и не принесут доход вам, своему вышестоящему спонсору, если вы заставили их повторять тот путь, который некогда принес успех вам. Но этих потерь можно избежать в том случае, если понять, по каким законам живет каждый ваш дистрибьютор, какие силы ему помогают, какие цели и когда принесут ему успех.

ГЛАВА 3

ПОЛЬЗА И ВРЕД ДУБЛИЦИРОВАНИЯ

Каждый человек, работающий в сетевом маркетинге, должен отдавать себе отчет в том, что предлагаемый им товар не относится к числу товаров первой необходимости. Иными словами, окружающие люди свободно могут прожить без оздоровительных кремов, без продуктов Мертвого моря, без витаминных добавок и т. д. Поэтому сегодня сам акт продажи товара строится не только на том, что покупатель не может жить дальше без каких-либо продуктов или предметов быта, а продавец именно их предлагает (так было у нас в стране в эпоху социализма). Сегодня вместе с товаром покупателю предлагается еще одна составляющая, а именно, энергетика продавца. И вот эта составляющая часто обретает решающее значение в акте купли-продажи.

Согласитесь со мной, что существуют люди, к которым вас тянет как магнитом. Вам достаточно перекинуться парой слов с таким человеком, и на несколько дней вам обеспечено хорошее настроение, а то и удача в делах. Есть и другая категория людей, общения с которыми вы старательно избегаете, и не потому, что опасаетесь каких-то шагов, направленных против вас, а потому, что после проведенного вместе времени, чувствуете, как упал ваш

жизненный тонус, как откуда ни возмись стали возникать преграды, как чередой пошли неудачи.

Такие же ощущения вызывают у окружающих людей и сетевики в процессе предложения своего товара. Одни продавцы оставляют после общения с собой настолько приятные впечатления, что хочется повстречать этого человека вновь, а для этого ты должен приобрести у него предлагаемый товар, даже если он тебе абсолютно не нужен. А если ты чувствуешь, что и дня не можешь прожить без того, чтобы не зачерпнуть глоток живительных сил, идущих от знакомого сетевого, ты добровольно принимаешь решение подписаться под него в сеть и работать не покладая рук лишь бы почаще с ним контактировать.

Существует и другой вариант общения простых граждан с сетевиками. Предложит тебе, бывало, сетевик действительно нужную в быту вещь, казалось бы, прямо сейчас достал бы деньги и купил. Но от самого продавца идет такое неприятное поле, что боишься: принесешь эту вещь в дом и вместе с ней в доме поселится неприятное поле продавца. А уже за ним в дом войдут несчастья и потери. И не совершаешь покупки.

Итак, вывод: *сегодня товар чаще всего продается вместе с энергетикой продавца.*

Вопрос в том, почему одна энергетика притягивает к себе людей, а другая отталкивает. Поиск ответа лежит в плоскости влияния такого фактора, как *уровень реализации своего зодиакального знака*. А теперь объясню, что это значит.

Всякий, кто читает гороскопы и примеряет на себя те характеристики, которые соответствуют дате рождения, знает, что для представителя каждого зодиакального знака существуют так называемые

зоны комфорта. Под зонами комфорта *подразумевается способ поведения человека в среде и характер его взаимоотношений как с окружающими людьми, так и с самим собой, следуя которому человек чувствует себя легко, уверенно, а главное, абсолютно безопасно.* Для представителей каждого зодиакального знака существует свой характер взаимоотношений с миром, приводящий его к душевной гармонии. Другое дело, что у *каждого знака Зодиака существует не одна, а две зоны комфорта.* Астрологи, публикующие свои наблюдения о том, как для достижения душевной гармонии и успеха в жизни должны вести себя Девы, а как Водолеи, в большинстве своем отслеживают первую зону комфорта зодиакальных знаков. *Пребывая на первом уровне реализации зодиакального знака, человек может худо-бедно существовать в окружающем мире, последний не грозит ему серьезными катаклизмами, но в то же время такой человек не способен заставить окружающий его мир, образно говоря, «плясать под свою дудку». То есть попытки человека получить от этого мира нечто большее, нежели ему отведено для жизни, окажутся тщетными. Люди, пребывающие в первой зоне комфорта, всегда будут строительным материалом в руках невидимого архитектора и никогда сами не станут творцами. Последними смогут быть только те, кто вышел на высший уровень реализации своего зодиакального знака.* Поэтому первый уровень реализации зодиакального знака мы будем в дальнейшем называть *низшим*, а второй уровень — *высшим*.

Я думаю, читатель догадался, что энергия, которая отрывает от земли самого сетевика и благотворно влияет на тех, кто является потенциальным потребителем его товара, исходит от тела

продавца в том случае, когда он сам находится на высшем уровне реализации того зодиакального знака, под которым появился на свет.

Овен — первый знак всего зодиакального цикла. Образно говоря, он выполняет функцию фундамента для зодиакального столба. От этого и надо отталкиваться в поиске высшего уровня реализации этого знака.

Главное качество фундамента — неподвижность в любых ситуациях, что бы ни произошло. Вы помните такую песенку: «Атланты держат небо на каменных руках»? Там есть такие строки: «Держать его махину не мед со стороны — напряжены их спины, колени сведены». То есть эмоциональное состояние «фундамента» — терпение. Терпение всегда вызывает к жизни энергию мазохизма. Таким образом, если в жизни Овна произошло нечто, что его не устраивает, а это «нечто» происходит у Овнов со строгой периодичностью, невзирая на то, грешную они ведут жизнь или праведную, ему в первую очередь не следует предпринимать немедленно активных действий, а, напротив, погасить в себе желание совершать поспешные шаги, а вместо этого надо, образно говоря, сидеть и страдать. Но вся тонкость в том, что страдать надо не смиренно, по-христиански, а активно, «по-корсикански», то есть с надеждой на отмщение или хотя бы компенсацию. Иными словами, Овен, получив удар от окружающего мира, должен первым долгом **погасить в себе желание действовать; пострадав, Овен спустя несколько дней с удивлением обнаруживает, что мир сам вдруг в награду за страдания подбрасывает ему тот подарок, о котором он мечтал.** Если по аналогичной схеме реализуется сначала одно, затем второе, потом третье ваше желание, то со временем вы почувствуете

себя спокойно и уверенно, то есть войдете в зону комфорта, соответствующую высшему уровню реализации знака Овна. И как следствие этого вхождения вы станете излучать энергию, которая как магнит будет притягивать к вам людей.

Если вы родились под знаком Весов, который в зодиакальном цикле стоит строго напротив знака Овна, то окружающим будет не менее приятно находиться с вами рядом, даже если ваши мысли и дела будут направлены на то, чтобы причинять не себе, а им хотя бы маленькие страдания.

Тот, кто родился под знаком Весов, не должен думать о пользе предлагаемых им товаров или услуг тем людям, с которыми у него предстоит акт купли-продажи. Напротив, если Весы предполагают, что принесут покупателю именно небольшую неприятность из-за того, что убедят последнего истратить деньги на ненужный товар, то в этом состоянии Весы особенно привлекательны. В результате покупатели вновь и вновь обращаются к ним.

Людам, родившимся под знаком Тельца, нельзя показывать свою зависимость от покупателя товара. Тельцы — люди с цикличной энергетикой, то есть с энергетикой, замкнутой на себя. По этой причине пока Телец всегда и во всем полагается лишь на собственные силы, он очень привлекателен. Пока он не нуждается (или умело делает вид, что не нуждается) в потребителе своих товаров или услуг, тогда в нем и в его товаре нуждаются все без исключения.

У людей, родившихся под знаком Скорпиона, энергетика также имеет замкнутый циклический характер. Однако *поведенческие нормы, при которых энергия человека и впрямь замкнута сама на себя, соответствуют у Скорпионов низшему уровню реализации знака.* И наоборот, состояние, в котором чело-

век, родившийся в Скорпионе, является всасывающей энергетической воронкой, является высшим уровнем реализации этого знака. Словом, Скорпион — это зеркальное отражение знака Тельца.

Для привлечения покупателя Скорпиону, оказавшись в присутствии потенциального покупателя, надо искусственно низвести свой интеллект и волевые качества до уровня четырехлетнего ребенка, демонстрируя полную беспомощность и неумение ориентироваться в жизни, вплоть до того, что, дескать, не знаю, как самому перейти улицу или сосчитать деньги. Короче, Скорпион очарователен, когда он стремится использовать людей во всех их возможных проявлениях, очарователен, когда он берет, а не дает.

Те, кто родился под знаком Близнецов, нравятся людям, когда увлекают их своими заоблачными планами. Именно нереальность, оторванность от земли тех проектов, в которые Близнецы хотят вовлечь своих потенциальных клиентов, придает Близнецам воистину неземное очарование. И слушающие их люди покорно идут туда, куда зовут их Близнецы и, как ни странно, скорее обретают, чем теряют в результате сделанных шагов.

Стрелец — знак удачи. Люди, рожденные под этим знаком, на первом этапе должны строить планы, как им достичь желаемого в коммерческой деятельности, но затем... они чаще всего делают все наоборот, короче для достижения цели используют случай, а не собственный детально разработанный план.

Пара Козерог — Рак базируется на энергетике карьеризма. И тот, и другой знак на высшем уровне самореализации движет по жизни стремле-

ние сделать карьеру. Причем сделать карьеру неожиданно легко.

Энергичный Рак претендует на карьерной лестнице на ту ступень, которая ему в настоящий момент заведомо принадлежать не может. Например, только лишь подписавшись в сеть, он уже стремится быть «золотым» или «платиновым» директором и ведет себя так, словно он уже в полушаге от цели. Иными словами, чем глубже пропасть между карьерной претензией Рака и его реальным потенциалом, тем он более привлекателен для окружающих его людей, как потребителей его товара, так и партнеров по бизнесу.

Карьеризм в чистом виде, украшающий Рака, увы, не к лицу Козерогу. Последний, чтобы стать привлекательным, должен строить свои отношения с покупателем через гипотетические связи последнего. Иными словами, если Козерог в процессе акта купли-продажи делает акцент не столько на то, чтобы продать товар покупателю, сколько на желание распространить его среди своих родных и друзей, то он оказывает притягательное воздействие на собеседника.

Завораживающий образ для людей, родившихся под знаком Льва, — царь. Царь — это человек, который прежде всего стремится ничего не делать своими руками. Царь только приказывает, и вся хитрость в том, что окружающие рады его приказы исполнять. Это первое условие. Второе условие таково: царь не должен быть благодарен тем, кто возвел его на престол. Последние, как правило, счастливы лишь оттого, что именно они имели возможность послужить, как говорится, «царю и отечеству».

Иными словами, сетевик-Лев должен предлагать товар или подписывать в сеть исключительно

в форме команды. Тот, кто послушно выполнил команду, достоин его скупой похвалы, кто не выполнил, не достоин даже появляться пред его царскими очами. И второе: Лев не должен глубоко погружаться в трудности людей, возникшие в их бизнесе или в личной жизни, даже если эти трудности он привнес сам, так как люди последовали его приказу и пошли по начертанному им пути.

Водолеев я называю «безнравственными исследователями жизни». Их украшает не само стремление обрести деньги в результате тех или иных коммерческих шагов, а желание просто узреть: а пойдут ли у меня материальные обретения, если я поступлю так-то и так-то. Поэтому сетевик-Водолей удачлив и привлекателен в тех ситуациях, когда не старательно работает с клиентом, а просто экспериментирует с ним по принципу: я скажу ему то-то, посмотрю на него так-то, перестану с ним общаться на такое-то время — мне интересно, купит он у меня товар или нет? А если я в другом случае сделаю все наоборот — тогда как?

Деву украшает самолюбование. Если сетевик-Дева беседует с клиентом, то клиент должен чувствовать, что он интересуется Деву в последнюю очередь. Главное для Девы при общении с людьми — мысленно любоваться тем, как она одета, как ведет разговор, какая у нее прическа или маникюр (если Дева — женщина), словом, насколько она красива и совершенна. Ее не интересуют ни проблемы клиента, ни насколько предлагаемый ею товар способствует решению этих проблем. Деву интересуется и восхищает только она сама. В этом случае всех окружающих интересуется и восхищает Дева!

Рыбы — последний знак зодиакального цикла — это украшение жизни! Оптимистичные, жизнера-

достные, видящие в окружающем мире только положительные стороны (и упорно не замечающие отрицательных), они удивительно привлекательны тогда, когда хотят поделиться своим восхищением жизнью с окружающими людьми. Рыбы-сетевик, чтобы преуспеть в бизнесе должна выбрать из многообразного ассортимента продуктов своей фирмы именно те, которые ее искренне восхищают, а затем поделиться своим восторгом (и естественно продуктом) с теми людьми, в жизнь которых она хочет принести радость. Таких Рыб любят, таких Рыб хотят видеть вновь и вновь, а для этого у них покупают товар или подписывают с ними контракт.

К вышеупомянутому списку методов поведения с клиентами надо добавить, что *синеглазым блондинам* к лицу, когда они берут потенциального покупателя напором. *Кареглазым брюнетам* лучше добиваться своих целей, экономя свои силы, то есть обаянием. *Рыжеволосые люди с зелеными глазами* нравятся людям, когда они идут к цели, не обращая внимания на любое сопротивление клиента. *Прямоносым людям* лучше говорить о своем товаре правду, *курносим* — предпочтительнее соблазнять людей попробовать попользоваться новым средством — а вдруг понравится, или испытать свои силы в новом бизнесе — а вдруг получится. Формула удачи человека и его личной привлекательность, зависящая от стиля его поведения, называются ЛИЧНЫМ БИОЭНЕРГЕТИЧЕСКИМ КОДОМ*.

Надо сказать, что многие люди, в их числе, конечно же, немало занимающихся сетевым бизнесом,

* Подробно о личном биоэнергетическом коде можно прочесть в моей книге «Думай и богачей по-русски», издательство «ФАИР-ПРЕСС», 2002.

самостоятельно вычислили свой биоэнергетический код и успешно его применяют в процессе реализации товара или построения сети. И дай Бог им успехов на этом поприще! Сейчас разговор о другом.

В предыдущей главе уже начался разговор о принципе дублирования, на котором строится работа в маркетинговой сети. И вот в связи с этим мне на память приходит такой случай. Во время моих консультаций в Минске одна женщина-сетевик, услышав от меня, как именно ей надо себя вести при общении с клиентами, воскликнула: «А ведь мой вышестоящий лидер учил меня поступать наоборот — так, как поступал в таких случаях он сам! Это он сам виноват в том, что я за год не заработала ни гроша».

Я поинтересовался знаком Зодиака вышестоящего лидера моей собеседницы и его внешними данными. Оказалось, что и знак, и внешность лидера и его партнера первой линии абсолютно не совпадают. Поэтому настойчивые советы лидера своему подопечному вести себя с клиентами так, как вел себя он, успешно осуществляя продажи, приводили не к удаче, а к тому, что потенциальные покупатели просто шарахались в сторону от моей собеседницы.

Надо отметить, что *рекомендуемый мною поведенческий код для того или иного типа людей принесет им не только повышение объема продаж или расширение сети, но и решит многие другие бытовые проблемы, возникшие на их жизненном пути.*

Поэтому ЕСЛИ ЛИДЕР И ЕГО ПАРТНЕР ПЕРВОЙ ЛИНИИ ОТНОСЯТСЯ К ОДНОМУ ПСИХОЭНЕРГЕТИЧЕСКОМУ ТИПУ, И ПРИ ЭТОМ ЛИДЕР ОСВОИЛ СВОЙ БИОЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ КОД, ОН, КОНЕЧНО ЖЕ, ПРО-

СТО ОБЯЗАН ПЕРЕДАТЬ СВОИ ЗНАНИЯ НИЖЕСТОЯЩЕМУ СЕТЕВИКУ. *Тогда последнего не только ждет успех в бизнесе, но и вся жизнь вокруг засияет для него яркими красками.* В ЭТОМ СЛУЧАЕ ПРИНЦИП ДУБЛИЦИРОВАНИЯ — ЭТО ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫЙ МЕТОД ДВИЖЕНИЯ К УСПЕХУ.

ДРУГОЕ ДЕЛО, КОГДА ЛИЧНЫЙ БИОЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ КОД ЛИДЕРА И ЕГО ПОДОПЕЧНОГО НЕ СОВПАДАЕТ. ТОГДА НАСТОЙЧИВОСТЬ В ПРОЯВЛЕНИИ ФОРМУЛЫ «ДЕЛАЙ, КАК Я» НЕ ТОЛЬКО ПРИНЕСЕТ НИЖЕСТОЯЩЕМУ ПАРТНЕРУ НЕУДАЧУ В БИЗНЕСЕ, НО И МОЖЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ ЖИЗНЕННОЙ КАТАСТРОФЕ.

Рада Осиповна считалась удачливым сетевиком. Но ко мне обратилась с таким вопросом: «Мне кажется, что я сломала человеку жизнь. Рассудите, так ли это? У меня в структуре есть несколько сильных лидеров. Я сама создала их, заставляя дублицировать свое поведение с клиентами: во-первых, напор, во-вторых, честная информация о товаре, в-третьих, властные, царственные интонации в голосе, мол, покупайте товар, подписывайтесь в сеть, а не станете делать, как говорю, ко мне не обращайтесь. Но однажды мне приглянулась молодая замужняя женщина по имени Ева. Мне показалось, что смогу сделать из нее такого же сильного сетевику. Я буквально муштрой заставила ее быть похожей на меня. Результат был, мягко говоря, удручающий: ни одной продажи, ни одного рекрутирования, к тому же от женщины ушел муж, и она рассорилась со всеми своими подругами. В чем дело?»

Я поинтересовался как датами рождения, так и внешними данными обеих участниц этой истории. Рада Осиповна по знаку Зодиака была Львом, к тому же синеглазая блондинка с прямым носом. Поэтому царственные нотки в голосе, правдивая информация о товаре и неременный напор придавали ей привлекательность, а значит, вели к успеху. Все три ее удачливых партнера первой линии тоже оказались Львицами с синими глазами, светлыми волосами и относительно прямыми носами. Поэтому принцип дублирования своего лидера открывал им кладовые энергии, привлекательности и удачи. Но Ева к этому типу не относилась. Она была по знаку Рыбами, обладала темными волосами, карими глазами и курносый носом. Ее биоэнергетический код был другим. Навязанное лидером поведение не только лишило молодую женщину возможности успешно работать в сети, но и настолько изменило ее энергетику, что она стала неприятна для окружающих и, как следствие, порвались бытовые связи: ушел муж, отстранились подруги.

Я посоветовал Раде Осиповне открыть для Евы другой способ поведения с клиентами: во-первых, никаких командных нот в голосе, а только льющийся из уст восторг тем из предлагаемых ею препаратов, действие которого она опробовала на себе и осталась довольна. Ведь Ева — Рыбы, а значит, привлекательной ее делают восхищение и популяризация того, что привело ее в восторг. Во-вторых, кареглазой Еве никогда не следовало давить на клиента, наоборот, ей следовало действовать через обаяние, то есть призывать человека как бы сжалиться над ее стараниями и тем самым заставить совершить акт покупки или подписаться в сеть. И третье, курносой Еве не следовало говорить о това-

ре правду. Ей надо предлагать его по принципу: не слабо ли вам, дорогой товарищ, побриться теперь предлагаемым мною кремом, а затем сделать выбор, какой лучше: мой или тот, которым вы постоянно бреетесь. Или не слабо ли вам поработать на поприще сетевого маркетинга, если доселе вы были бухгалтером. Тогда Ева будет выглядеть очень привлекательной, и успех в коммерции ей обеспечен, потому что люди будут стремиться встретиться с ней вновь и вновь, завершил я свои рекомендации.

Вскоре Рада Осиповна сообщила мне, что мои рекомендации возымели действие. Ева стала зарабатывать деньги, создавать собственную структуру, к ней вернулись муж и подруги.

Таким образом, *принцип дублицирования эффективен в том случае, когда лидер и дистрибьютор относятся к одному психоэнергетическому типу, и недопустим, если их психоэнергетические типы не совпадают.*

ГЛАВА 4

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ДЕЛОВЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Я уже писал: еще исстари на Руси было известно, что для человека, который добывает средства к существованию, сексуальные взаимоотношения с одними представительницами противоположного пола притягивают деньги, а с другими — отводят. Суть этого явления в том, что в процессе интимного общения имеет место интенсивное взаимопроникновение энергетики, и в одних случаях это взаимопроникновение служит резкому подъему энергии организма, в других — резкому спаду.

Дело в том, что явление взаимопроникновения энергетики в меньшей степени, но все же имеет место и без сексуального контакта двух людей, а просто в процессе их общения или сопереживания друг другу. При этом пол людей не обязательно должен быть противоположным. Иными словами, активное взаимодействие лидера со своим дистрибьютором может по-разному влиять на процесс поступления денег к этим людям:

- а) деньги могут притягиваться к лидеру и обходить стороной дистрибьютора;
- б) деньги могут рекой потечь к дистрибьютору и перестать приходить к лидеру;

в) деньги могут потечь и к дистрибьютору, и к лидеру;

г) деньги могут отвернуться от обоих.

Чтобы представить, в каком случае и как поведет себя денежный поток, надо вкратце ознакомиться с природой этого явления.

Зодиакальные знаки делятся на две части: на тех, кто принадлежит к *потребляющим стихиям*, и тех, кто принадлежит к *стихиям потребляемым*.

К потребляющим стихиям относятся стихии *Огня* и *Земли*, к потребляемым — *Воздуха* и *Воды*.

Соответственно к *огненным* знакам относятся *Овен, Лев, Стрелец*, к *земным* — *Телец, Дева, Козерог*. Эти шесть знаков — *потребляющие*.

Воздушная стихия представлена знаками *Близнецов, Весов, Водолея*. *Водная* стихия — это *Рак, Скорпион, Рыбы*.

Эти шесть знаков — *потребляемые*.

Теперь о том, как взаимодействуют между собой представители зодиакальных знаков в случае притяжения денег.

Стихия Земли, как известно, использует водную стихию. Поэтому в результате взаимодействия людей, один из которых относится к земному знаку, а другой — к водному, деньги охотно пойдут к земному и отвернутся от водного. То же самое происходит в результате обильных контактов представителей огненного и воздушного знаков — деньги потекут к знаку огненному.

Поэтому если вы сами относитесь к потребляющей стихии, например, вы — Овен и подписали в сеть человека, рожденного под знаком Близнецов, то в результате ваших активных контактов у вас заметно возрастет объем продаж, но у вашего дистрибьютора большого прогресса на почве сетевого

бизнеса не будет. В этом случае вам не следует пытаться как следует обучать его технике торговли или заставлять формировать под собой собственную структуру, надо просто использовать его как биоэнергетический придаток, и за счет его питающей энергетики самому активно осуществлять продажи и расширять свою структуру.

А теперь рассмотрим обратную ситуацию, когда лидер относится к потребляемому знаку, например он — Рак, а его партнер первой линии — знак потребляющий, например Козерог. В результате активного общения этих двух представителей маркетинговой сети деньги пойдут к партнеру-Козерогу через увеличение объема продаж. Лидеру-Раку следует отойти от активной торговли товаром и лучше посвятить себя тому, чтобы найти и подписать в сеть еще одного партнера, относящегося к стихии Земли. Общаясь с «земными» партнерами первой линии лидер-Рак служит для них энергоподпиткой и получает свои деньги за счет активной и удачной работы нижестоящих коллег.

Алевтина слыла удачливым сетевиком, особенно хорошо у нее получалось реализовывать товар. И вдруг удача на другом поприще — создание сети. Алевтина подписывает Людмилу, и последняя просто сгорает на работе, и сгорает не напрасно — деньги сами липнут к ней. Алевтина же отмечает, что с появлением дистрибьютора, а особенно после контактов с ним, у нее перестает продаваться товар, чего не было ранее. Какие только гадости не приходили в голову бедной женщине — и что ее сглазили, и что Людмила отняла у нее удачу. Когда Алевтина пришла ко мне, я объяснил ей причину возникшей перемены и подсказал, как эффективно работать дальше.

Сама Алевтина по знаку оказалась Скорпионом, а ее дистрибьютор — Тельцом. Водная энергетика Алевтины являлась питательной средой для земной природы Людмилы. Перекачка энергии имела место во время встреч лидера и дистрибьютора. Поэтому после таких встреч у Людмилы поднимался объем продаж, а у Алевтины — падал. Я посоветовал Алевтине впредь не делать ставку на деньги, поступающие от реализованного ею товара, а стремиться подписать под себя еще несколько дистрибьюторов, относящихся к земным знакам, и жить на те дивиденды, которые ей приносит успешная деятельность этих людей. Алевтина так и сделала и, отказавшись от продажи товара, направила свою деятельность на формирование первой линии своей структуры, сплошь состоящей из людей, принадлежащих к земным знакам. Этот тактически верный ход обеспечил ей куда более значительные заработки, нежели те, которые у нее были, когда она самостоятельно занималась реализацией товара.

Надо отметить, что когда представители стихии Огня активно взаимодействуют с представителями земной или водной стихии, то у двух последних резко поднимается объем продаж, в то время как у самих огненных знаков продажа падает. Земля и Вода, как известно, гасят Огонь и сами набираются его энергии. В этом случае я рекомендую огненным знакам также прекратить делать ставку на реализацию товара, а заняться расширением своей структуры, обращая основное внимание на партнеров первой линии, которые принадлежат стихии Земли и Воды. Деньги огненному лидеру впредь должны идти от активной деятельности этих его подопечных. Если

представитель стихии Огня все же стремится реализовать товар сам, то удача на этом поприще вернется к нему в том случае, если он будет активно взаимодействовать с представителем стихии Воздуха, будь то вышестоящий лидер или нижестоящий партнер.

Особую сложность являет собой нахождение продуктивной схемы работы в сети для тех людей, кто принадлежит к воздушным знакам. Воздушные знаки продуктивно питают огненные, и тем самым им предпочтительней создавать первый уровень своей структуры именно из представителей Огня. Но если они стремятся сами успешно торговать, то активное взаимодействие со стихиями Огня, Воды и Земли является для них губительным. Выход для представителей воздушных знаков такой: либо резко снизить объем контактов с представителями трех вышеупомянутых стихий (будь то вышестоящий лидер или нижестоящий партнер), или не принимать эти контакты близко к сердцу (то есть не брать на себя разрушительную энергетику), либо надо окружить себя такими же воздушными знаками и контактировать преимущественно с ними.

Лейла (по знаку Близнецы) работала в бестоварной маркетинговой сети. Поскольку Лейла для вступления в сеть заняла крупную сумму денег, да к тому же и под проценты, женщина стремилась как можно быстрее заработать наличные деньги. А они могли приходиться преимущественно из вступительных взносов тех, кого Лейле удалось самой рекрутировать в сеть. Подписав за короткий срок трех человек, Лейла решила начать строить собственную структуру и начала активно работать с одной из подписанных ею женщин, выделив ее для себя как гипо-

тетического лидера, так как последняя уже тоже подписала двоих. Удивлению Лейлы не было предела, когда в результате работы с этой особой зарплаты закончились у них обеих, в то время как предоставленные сами себе они успешно вербовали клиентов. Лейла попросила меня разобратся, в чем дело.

Я узнал от посетительницы, что выделенная ею женщина-лидер по знаку Зодиака — Рыба. Рыбы и Близнецы — взаиморазрушающие знаки в том случае, когда очень плотно общаются друг с другом, и взаимосозидающие, когда общение между ними имеет место, но сведено к минимуму. Вот и Лейла с Екатериной (так звали женщину, рожденную под знаком Рыб) пока едва общались между собой, неплохо зарабатывали. Но как только, по желанию Лейлы, их общение стало интенсивным, так от обоих сетевиков удача отвернулась. Я посоветовал Лейле, во-первых, уменьшить степень общения с Екатериной до того уровня, какой имел место ранее, а, во-вторых, попробовать выстроить свою структуру, сделав лидерами людей, рожденных так же, как и Лейла, под воздушными зодиакальными знаками.

Лейла тут же вспомнила, что одна из подписанных ею женщин рождена под знаком Водолея, но добавила, что не видит в ней лидера, так как она еще не подписала ни одного контракта. Я посоветовал Лейле активней работать с сетевиком-Водолеем и обещал, что результат не заставит себя ждать. И точно, после того, как Лейла воплотила в жизнь мои рекомендации, она, во-первых, подписала несколько контрактов самостоятельно, и во-вторых, оба ее нижестоящих партнера активно заработали.

Вывод: *сетевнику при формировании собственной структуры следует с особым вниманием про-*

анализировать, как его энергетика взаимодействует с энергетикой партнера, с которым ему предстоит активно работать, и на основании результата такого анализа избрать для себя схему притяжения денег: увеличение объема самостоятельных продаж или увеличение своих доходов за счет успешной работы партнеров первой линии.

Отдельно надо сказать о знаке Весов. Общение с представителем этого знака обычно приносит деньги всем. Поэтому тем, кто в лице вышестоящего лидера или нижестоящего партнера имеет человека, рожденного под знаком Весов, имеет смысл сосредоточить свою деятельность в сети именно на продажах товара. И в то же время самим представителям знака Весов лучше заняться построением активно действующей структуры, а не пытаться преуспеть в самостоятельной торговле.

ГЛАВА 5

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

Каждому человеку, прожившему достаточное количество лет, хорошо известно, что *наш организм способен чувствовать последствия тех или иных шагов, предпринимаемых как нами самими, так и близкими нам людьми*. Мы можем, например, сказать своей дочери, что ее новый любовный роман потерпит фиаско, основываясь лишь на смутных движениях своей души, и оказаться правыми вопреки очевидному стремлению двух молодых людей всегда быть рядом. Мы можем посоветовать сыну, играющему в футбольный тотализатор, не делать ставку на бразильскую сборную, объективно самую сильную, и опять оказаться правыми только лишь потому, что так вам подсказало сердце. Мы можем посоветовать своему брату не отправлять деньги на указанный партнером счет, потому что впоследствии окажется, что, несмотря на солидный офис и серьезного учредителя, фирма-партнер была подставной, а счет — фальшивым. Кто предупреждал нас об опасности? Да, конечно же, наша интуиция. Многие захотят возразить мне: дескать, внутренний голос подает нам сигналы отнюдь не всегда, обычно мы отчетливо слышим его в крайних си-

туациях, в прочих же случаях он предпочитает молчать. Я готов возразить своим оппонентам. *В ситуациях, далеких от крайних, звучание внутреннего голоса не столь пронзительно, поэтому не заостряет на себе наше внимание, и тем не менее при обладании навыками можно слышать его подсказки практически в любой ситуации и, конечно же, пользоваться ими, особенно в коммерческих целях.*

Если вы сами занимаетесь коммерческой деятельностью в сетевом маркетинге, то навыки из области психологического прогнозирования позволяют вам не совершать оплошностей, не тратить зря драгоценное время на работу с одним клиентом, а сосредоточиться на работе с другим. Навыки психологического прогнозирования необходимы, чтобы почувствовать в незнакомом человеке перспективного лидера или, напротив, в лучшем друге распознать того, кто вынашивает планы уйти из вашего бизнеса и увести с собой часть сети.

Словом, способность к психологическому прогнозированию позволяет не совершать как мелких, так и крупных ошибок, а значит, экономить свое время, силы и получать желаемый результат при меньших трудозатратах.

Для того чтобы на простейшем уровне овладеть навыками психологического прогнозирования, следует из многообразия оттенков человеческих чувств, возникающих в душе, выделить всего два: первый, сигнализирующий о том, что предстоящий шаг принесет удачу, и второй, предшествующий нежелательным последствиям в результате предпринятых шагов.

Эти ощущения следует познать в себе методом проб и ошибок. Например, вам предстоит встреча с человеком, откликнувшимся на ваше объявление

ние в газете. Этот человек может прийти на встречу, будучи настроенным к вам позитивно и сразу же совершить покупки, а может не прийти вовсе. Введя себя в состояние полного безразличия к результату предстоящей встречи*, вы мысленно задаете себе вопрос: каким же будет дальнейшее развитие событий? И в первые одну-две секунды вы почувствуете легкое изменение самочувствия. Затем оно немедленно исчезнет. Запомните это внезапно возникшее самочувствие. Затем отправляйтесь на встречу с клиентом и посмотрите, каков будет ее результат. Если встреча принесет желаемый для вас результат, то возникшая накануне эмоция впредь всегда будет означать, что вас ждет успех. Если результат встречи будет нежелательным для вас, то помните, что впредь всякий раз, когда у вас в душе накануне какого-либо поступка будет возникать именно это ощущение, вас ждет разочарование. В таких случаях вы можете попросту не тратить ни своих сил, ни своего времени.

Сетевик Елена Петровна рассказывала мне, что давно обратила внимание на то, что накануне встречи с клиентом она всегда переживает одно из двух состояний: либо у нее вдруг возникает необычная легкость в районе солнечного сплетения, либо слабые спазматические сжатия челюстей. «Я наблюдаю за собой уже давно, — рассказывала мне женщина, — и знаю, что в первом случае

* Умение входить в состояние полного безразличия достигается специальной медитацией. Ее, как и многие другие приемы, необходимые для успешного психологического прогнозирования, я даю или на специальных занятиях, или записанными на аудиокассете.

можно смело отменять все куда более важные дела и отправляться на встречу с клиентом. Клиент обязательно или сделает крупный заказ и полностью оплатит его, или изъявит желание подписать контракт и исполнит его. Во втором же случае, сколь ни величественной могла бы рисоваться мне перспектива от предстоящей встречи, в ста процентах случаев меня ждет лишь впустую потраченное время и крушение надежд. Коллеги меня спрашивают, как мне удается быть такой удачливой в делах. Я отвечаю — принимая решение, надо слушать свое сердце, а не свой разум. Ведь мои коллеги осуществляют огромное количество звонков, встречаются с баснословным числом людей, десятки раз на день получают отказ. Все это, конечно же, истощает их силы, раздражает психику, уменьшает радость как от работы, так и от самой жизни. Я в отличие от них, доставая список потенциальных клиентов, руководствуясь выработанной системой, сразу знаю, кому сегодня стоит звонить, с кем стоит встречаться, а с кем — не стоит. И никогда не ошибаюсь. Поэтому всегда чувствую себя в жизни победительницей, а то и избранницей судьбы».

Какими могут быть эти внезапно возникшие в душе ощущения? Ощущение, сигнализирующее о том, что вас ждет удача, может выглядеть как замирание сердца или холодок в груди, ваши ноги на мгновение словно становятся ватными, руки не слушаются. Ощущение, свидетельствующее о нецелесообразности тех шагов, которые вам предстоит предпринять, могут выглядеть как внутреннее стремление к активным действиям: легкие спазматические сжатия пальцев рук, пружинящие ощущения в икрах ног. Единого душевного им-

пульса для всех людей, обозначающего ответ «да» или ответ «нет», не существует, поэтому каждому, кто хочет взять на вооружение методику психологического прогнозирования, придется самостоятельно вычленить для себя, какая спонтанно возникшая эмоция предупреждает его о предстоящей удаче, а какая советует не тратить время впустую.

Предстоит такому человеку и как следует путешествовать по волнам собственной эмоциональной памяти. Это путешествие следует предпринимать в тех случаях, когда возникающая в процессе акта психологического прогнозирования эмоция не подходит ни под категорию ответа «да», ни под категорию ответа «нет».

Если возникшая в процессе просмотра ситуации в душе психопрогноста эмоция уже однажды переживалась им на протяжении собственной жизни, то необходимо детально воскресить в памяти, какой именно некогда оказалась развязка события, пробудившего данное чувство. Потому что точно такой развязки следует ожидать в результате просматриваемой человеком грядущей коммерческой ситуации.

Слушательница моих курсов, посвященных психологическому прогнозированию, Антонина Ильична впоследствии рассказывала мне, как ей удалось использовать полученные знания в процессе работы в сетевом маркетинге.

«Среди моих партнеров первой линии, — рассказывала женщина, — особенно выделялась одна по имени Майя. Активная, предприимчивая, она создала под собой вполне внушительную структуру. И вдруг с какого-то момента накануне деловых встреч с Майей меня стало ненадолго посещать одно и то же психологическое состояние. Более того, это со-

стояние как будто бы было мне уже знакомо. Помня наши занятия, я тут же предприняла попытку вспомнить, когда я уже переживала подобное ощущение, какие события за этим последовали. И я вспомнила. Точно такое же ощущение у меня возникло в душе, когда мой бывший муж отправлял меня одну на курорт в Анапу. Возвратившись из Анапы, я нашла свою квартиру пустой, то есть без мебели, холодильника, телевизора. На полу лежала записка от мужа: «Извини, но я ушел к другой». Воскресив это воспоминание, я задумалась: что может предвещать появление у меня в душе аналогичной эмоции сейчас, когда я обращаю свои мысли к Майе. Ответ пришел сам собой: Майя хочет увести созданную ею структуру из нашей компании. Я ничего не сказала этой женщине о своей догадке, а втайне от нее переговорила с несколькими дистрибьюторами созданной ею сети. Переговорила так, словно уже знаю о тайных планах их лидера. Собеседники кто прямо, кто косвенно подтвердили мне, что предчувствие меня не обмануло. После этих встреч я известила региональное руководство компании о готовящемся расколе. Мы все активно поработали с созданной Майей структурой, и когда эта отщепенка решила выполнить свой замысел, то встретила организованное сопротивление своих дистрибьюторов. Таким образом, ее план провалился. Но осуществись ее план, я потеряла бы большую часть своих доходов. Освоенная мною методика психологического прогнозирования позволила мне избежать крушения моего бизнеса.

Среди тех, кто работает в сетевом маркетинге, много женщин. Именно им я в первую очередь рекомендую постичь основы психологического прогнозирования.

Причина, по которой эту профессию рекомендуют осваивать именно женщинам, такова.

То, что руки женщины куда более чувствительны, нежели мужские, общеизвестно. И не только когда дело касается прикосновения, но и тогда, когда речь идет об улавливании энергетических полей, излучаемых предметами или людьми. Это качество женских рук также может служить средством просмотра ситуации и вынесения безошибочного вердикта.

На складе парфюмерной продукции одной из маркетинговых сетей было четыре сторожа. Сторожа посменно заступали на дежурство, и все вместе собирались лишь накануне праздников, таких, как Новый год, 8 Марта, 1 Мая, чтобы получить подарки от владельцев фирмы для себя и членов своих семей. И именно в эти дни, когда все четыре сторожа собирались вместе, на складе постоянно происходило крупное хищение продукции. Парфюмерия была импортной, высокого качества, и исчезновение нескольких коробок наносило немалый урон владельцу. Уволить сразу всех сторожей владелец фирмы не решался (неизвестно, кто придет им на смену), а вот вычислить из четырех охранников одного, регулярно совершавшего кражу, долгое время не представлялось возможным. Так продолжалось до тех пор, пока за дело не взялась слушательница моих курсов Виталия Максимовна. Для просмотра ситуации она, во-первых, попросила принести образцы почерка каждого из подозреваемых, однако записи должны быть оставлены всеми четверьмя до того момента, как была совершена первая кража. Директор фирмы достал из архива письменное заявление каждого из сторожей с просьбой при-

нять на работу. Во-вторых, нейрооператор попросила опять же образцы почерка этих четверых мужчин, но оставленные ими уже после последнего хищения на складе. Директор фирмы заставил каждого подозреваемого написать объяснительную записку, где он был и что делал в день последней пропажи. Виталия Максимовна разложила бумаги перед собой на столе и стала водить рукой над каждой из них на высоте приблизительно полтора-два сантиметра, а затем вынесла свой вердикт: во всех хищениях виноват один и тот же сторож по фамилии Кудрявцев.

Конечно, мнение нейрооператора не имеет юридической силы и уволить человека, а уж тем более спросить с него за украденное на основании едва уловимых движений женской души нельзя. Но зато можно взять подозреваемого на заметку, а затем при случае поймать с поличным. Ведь куда как проще проследить за действиями одного человека, чем четырех. Так и поступило руководство фирмы. Ближайшим праздником был День независимости России, отмечаемый 12 июня. Накануне директор фирмы пригласил собраться всех работников склада, чтобы вручить им небольшие подарки. За Кудрявцевым установили слежку. Когда все работники были в кабинете директора, он, улучив момент, вышел из помещения и почти немедленно вернулся обратно, так что его отсутствия никто и не заметил бы. Но за это время он, имея дубликат ключей от складских помещений, успел переложить коробку дорогой парфюмерии в свою сумку. Получив из рук владельца фирмы причитающийся ему подарок, он направился к выходу. Здесь его и задержали, попросив предъявить содержимое сумки. Вор был пойман с поличным.

«Как вам удалось безошибочно его вычислить?» — приставал с расспросами к Виталии Максимовне директор фирмы. И моя ученица рассказала следующее: «Когда я проводила рукой над заявлениями о приеме на работу каждого из сторожей, то есть работала с образцами почерка подозреваемых, оставленными еще до кражи, то мои пальцы уловили лишь индивидуальные биополя мужчин, по которым можно было судить лишь о чертах характеров каждого из них. Другая картина возникла тогда, когда я поместила свою ладонь над объяснительными записками, написанными уже после совершения преступления. Биологические поля, идущие от объяснительных трех сторожей, были абсолютно идентичны тем полям, которые шли от их заявлений о приеме на работу, а вот поле четвертого заметно изменилось. Оно стало напряженным и буквально «стреляло» в мою руку. Фамилия этого человека и была Кудрявцев.

В полном объеме постичь возможности собственной психики по поводу предугадывания последствий как собственных шагов, так и грядущих поступков окружающих вас людей, можно, если посетить мои специализированные курсы, которые носят название «Профессия — нейрооператор».

ГЛАВА 6

ВРАЧ ПО ИМЕНИ «БИЗНЕС»

Наша действительность направляет в сетевой маркетинг людей, которые уже в силу возраста имеют целый букет заболеваний. Но на самом деле причиной болезней людей является не столько возраст, сколько неправильная организация собственной жизни. В свою очередь, причиной аномального уклада жизни служит неправильное мировоззрение. Традиционное советское воспитание подразумевает следующий взгляд на жизнь.

Во главу угла ставится забота о человеке, который находится рядом с тобой. Ты отодвигаешь на самый задний план собственный интерес и собственные нужды лишь для того, чтобы они не мешали тебе решать проблемы живущих рядом с тобой людей — твоих детей, родителей, друзей, соседей и просто тех людей, которые почему-то обратятся за помощью к тебе, а не к кому-то другому.

Уверен, для того чтобы прожить жизнь с минимальным количеством заболеваний, вовсе не обязательно разбираться в медицине, следовать идеологическим заповедям своего времени или иметь опытного наставника. Как прожить жизнь без болезней, тебе подскажет природа, подскажет на уровне интуиции.

Но природа устроена так, что на уровне интуиции она безошибочно подсказывает ходы — что съесть, когда и где и сколько отдохнуть, с кем дружить, а от кого уклоняться и т. д., лишь в том случае, когда человек решает ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО СОБСТВЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ, подсказывает так, чтобы человек мог максимально эффективно действовать, а главное, чтобы его организм функционировал идеально, то есть не имел тенденции к заболеваниям, и, более того, успешно преодолевал уже имеющиеся болезни.

Таким образом, человек, живущий не для себя, а ради ближних своих, очень скоро начинает ощущать проблемы с собственным здоровьем, причем даже в возрасте, который считается сравнительно молодым. Происходит это оттого, что такой человек просто не приучен следить за движениями собственной души и, конечно же, не приучен удовлетворять те запросы, которые выдвигает ему собственный организм — привыкнув постоянно думать о других, он просто не замечает их. Если человек приходит в сетевой бизнес из бюджетной сферы или из частной фирмы, работая там по найму, то он, как правило, также на первое место ставит интересы коллектива, других людей (работодателя), нежели свои собственные. Поэтому такой человек, придя в сетевой маркетинг, как правило, уже имеет определенные проблемы со здоровьем.

Если вы поставили своей целью вовлечь в сеть человека, имеющего букет заболеваний, то следует как приманку выставить ему перспективу избавления от всех имеющихся недугов. И это не обман! Дело в том, что работа в маркетинговой сети по той схеме, которую я привел читателям в настоящей книге,

подразумевает в первую очередь развитие в человеке здорового эгоизма. То есть в сознании сетевого происходит переоценка ценностей, в результате которой на первое место выдвигается личность самого предпринимателя с ее эгоистическими потребностями, случайными капризами, пристальным вниманием к собственным разноликим «хочу» и немедленным удовлетворением этого «хочу».

Сетевик, работающий по такой схеме, понимает, что любая возникшая в его жизни (или жизни близких) проблема находит свое решение через деньги, понимает, что орудием труда, приносящим деньги, является он сам. Поэтому он относится к себе так, как влюбленный в свою профессию механизатор относится к своему комбайну, как влюбленный в автодело автомобилист относится к своей машине. Он холит и лелеет последнюю, дает ей отдохнуть, использует лучшие масла и топливо и т. д. А главное, у человека, который в центр вселенной поставил себя и заработанные им деньги, пробуждается интуиция, подсказывающая ему все необходимые шаги, а значит, исчезают стрессы, так как он не переживает, как решить ту или иную проблему, возникшую в его жизни, он привык смотреть на любую проблему с позиции: сколько денег требует ее решение. А уж откуда взять эти деньги, работая в сетевом бизнесе, он знает.

Двадцатидвухлетняя Даша как-то повстречала на улице свою школьную учительницу Клавдию Васильевну. Учительница уже была пенсионного возраста, но продолжала работать, поскольку на одну пенсию она не способна была существовать. Даша была сетевиком, зарабатывала неплохие деньги. Она захотела помочь пожилой женщине,

о которой хранила самые теплые воспоминания. Даша стала агитировать Клавдию Васильевну начать работать в сетевом бизнесе. Но женщина упорно отказывалась. Она мотивировала свой отказ тем, что у нее есть две дочери, у обеих дети и последние требуют ухода. А у пожилой учительницы мало здоровья заниматься внуками, не то что идти работать в сетевой маркетинг.

Даша когда-то была на моих семинарах, а теперь поинтересовалась у меня, как ей убедить свою бывшую учительницу пойти работать в сеть. «Ведь и вправду у Клавдии Васильевны плохо со здоровьем», — сетовала девушка. «Вот со здоровья и начните! — в свою очередь посоветовал я. — У вашей учительницы куча болезней оттого, что она никогда в жизни не занималась собой, она не потакала собственным прихотям по той причине, что была воспитана в другой идеологии: раньше думай об окружающих людях, а затем уже о себе». «Да, — сочувственно кивнула Даша, — она и замуж не вышла, потому что всю себя отдавала ученикам, проверке их домашних заданий, занятиям с отстающими. А ведь и сейчас она еще очень привлекательная женщина». «Заглушить в себе сексуальные стремления — это опять же способствовать возникновению ряда заболеваний, — подхватил я начатую Дашей тему, — процесс притяжения денег обязательно включает в себя возрождение к жизни сексуальных желаний. Напомните вашей учительнице об этом. А еще объясните ей, что проблемы ее внуков, если смотреть правде в глаза, оцениваются в конкретных денежных суммах. Ее задача — эти деньги добыть. Чтобы их добыть, работая в сетевом бизнесе, надо в первую

очередь заниматься собой. Если ваша учительница станет на этот путь, то ее организм сам избавится от существующих болезней и вызовет к жизни все те энергии (включая и сексуальные), которые заставят организм продуктивно работать. У нее, во-первых, наступит вторая молодость, а во-вторых, она успешно решит все проблемы: как свои, так и своих близких!»

Мы расстались с Дашей. Встретились через год по совершенно другому вопросу. Когда прощались, я поинтересовался, чем закончилась ее затея вовлечь в маркетинговую сеть свою школьную учительницу. Даша улыбнулась и ответила: «Клавдия Васильевна на днях вышла замуж. А вообще, как вы и предполагали, она сначала заинтересовалась не столько возможностью заработать деньги (ведь ее воспитывали бесребренницей), сколько возможностью вести такой образ жизни, чтобы избавиться от существующих болезней. Я почувствовала это и подробно расписала ей, как она будет спать до обеда (ведь она не могла себе позволить это, даже находясь на пенсии), как она будет обязательно покупать себе в магазине любые понравившиеся продукты и вещи (она тоже никогда этого не делала), как она будет отдыхать, когда захочет, а не когда позволят обстоятельства. Объяснила, что так надо жить для того, чтобы притягивать к себе деньги через сетевой маркетинг. (Конечно же, не забыла упомянуть о сексуальных мотивировках.) Я объяснила учительнице, что ей вовсе не обязательно заниматься внуками самой. Можно просто финансировать их воспитание, а в свободное время не заниматься ими, а жить в свое удовольствие. Эта мысль, видимо, запала в душу Клавдии Васильевны, и она активно принялась переделывать себя. Кончилось тем, что она по-

садила с внуками свою младшую дочь, которая не сильно преуспевала на работе, а сама стала приносить деньги, причем не только на домочадцев, но и на себя. Она похорошела, расцвела, перестала жаловаться на недомогание. И вот, уже будучи пенсионеркой, приглянулась человеку, которому некогда продавала товар. Он просто влюбился в нее! Так что я сама убедилась, как работа, мировоззрение и образ жизни сетевого помогают ему избавиться от болезней и обрести вторую молодость. Теперь, рекрутируя в сеть людей, имеющих проблемы со здоровьем, я объясняю, что только здесь, в сетевом бизнесе, они смогут от этих проблем избавиться навсегда». Сексуальные мотивировки, которые используются для активизации притяжения денег, также молодят человека и заставляют его следить за собой.

Вовлекая в сетевой бизнес человека, уже имеющего проблемы со здоровьем, делайте в своей агитации акцент на то, что, работая в сети, он вскоре забудет, что такое хворь, и будет чувствовать себя молодым, энергичным и влюбленным в жизнь во всех ее проявлениях. Если он не поверит вам на слово, назначьте контрольный срок, например, полгода. Этого времени окажется достаточно, чтобы он убедился в правоте ваших слов.

Кстати, работа по вышеприведенной системе в сетевом маркетинге решает проблему лишнего веса!

Когда нам требуется дополнительная энергия для преодоления той или иной жизненной ситуации, мы начинаем есть. Энергия, возникающая в процессе расщепления пищи, дает нам необходимые силы, но от излишнего употребления все той же еды возникает жир. Согласно приведенным в этой книге материалам, мы забираем большую часть необходимой энергии именно

тогда, когда стремимся потакать своим внезапно возникшим желаниям. В этот момент мы входим в резонанс с предначертанной нам судьбой. Энергия резонанса дает нам необходимые силы, но никак не способствует образованию жировых клеток. Таким образом, вместе с проблемой лишнего веса исчезают все проистекающие от этой проблемы заболевания, как-то: гипертония, болезни сердца, обмена веществ и т. д.

У моей клиентки по имени Лида была соседка по лестничной клетке — очень тучная женщина. Звали соседку Стелла. По рассказам Лиды, Стелла садилась есть каждый раз, как только в ее жизни происходила хоть маленькая неприятность. Например, получит сын двойку по математике, Стелла впадает в панику: что делать? А поскольку сама Стелла была филологом, а значит, о математике имела весьма среднее представление, то не находила выхода из положения, а от этого нервничала еще больше, а значит, еще больше ела. Или другой случай. Доброжелатели доложили Стелле, что ее муж взял на работу нового бухгалтера — очень симпатичную незамужнюю женщину. И теперь, когда супруг задерживается на работе дольше обычного, объясняя это тем, что необходимо поработать с финансовыми документами, Стелла не знала, что думать: то ли муж действительно деньги зарабатывает, то ли развлекается с незамужней женщиной. И конечно же, Стелла нервничает, а значит, ест.

Моя клиентка просила у меня совет: стоит ли ей тратить время и силы на то, чтобы рекрутировать в сеть толстушку Стеллу. Сама Лида не спешила это делать и объясняла так: во-первых, уж очень она неповоротливая, во-вторых, то и дело болеет, а в-третьих, ее голова занята только одним: как бы похудеть?

«Вот на этом и следует сыграть, приглашая ее в сеть! — воскликнул я и поинтересовался, — а кем работает ваша соседка?» «Менеджером по персоналу», — последовал ответ. «Значит, сидит на фирме от звонка до звонка?» — уточнил я. Лида кивнула головой. «Неприменно предложите Стелле работу в сети! — посоветовал я. — При этом объясните ей, что работа сетевиком — лучший способ похудеть. Когда человек живет так, как ему нравится — когда хочет встает, куда хочет едет и т. д., его организм черпает энергию от резонансных явлений с предначертанной ему судьбой. Энергия есть, а пищи почти не надо. «Это я понимаю, — согласилась Лида. — А вот что делать с ее проблемами, из-за которых Стелла постоянно ест? Ведь они не исчезнут из ее жизни». «Проблемы не исчезнут, — подтвердил я. — Но, если человек знает, как их решить, а главное, может это сделать, он уже не нервничает так, когда находится в состоянии безысходности.

Если сын вашей соседки получает двойку по математике, ей, филологу, вовсе не обязательно паниковать и пытаться разобраться в алгебре или геометрии — надо всего лишь иметь деньги на то, чтобы нанять репетитора по этому предмету. Если Стелла не знает, чем ее муж занимается со своим бухгалтером после работы — финансовыми документами или амурными играми, то для того, чтобы внести ясность в этот вопрос, опять же нужны деньги. Эти деньги надо заплатить частному детективу, и он снабдит вас объективной информацией, подтвержденной документально: видеозаписи, фотографии и т. д. Стеллу надо убедить в том, что любую проблему можно решить, имея деньги. В этом случае она не будет нервничать, а значит, не будет то и дело есть.

Деньги в тех количествах, которые требуются для решения проблем, проще всего добывать в свободном бизнесе. Самый доступный вид — сетевой маркетинг.

Лида поблагодарила за совет, а затем с удивлением делилась со мной результатами своей работы: «Толстушка Стелла лишь только услышала от меня о возможности похудеть, немедленно подписалась в сеть. А дальше она и впрямь начала сбрасывать килограммы, потому что зажала в свое удовольствие — жизненные силы стали приходиться к ней через вдохновение, а не через еду, и перестала нервничать по каждому поводу, так как знала, что любая проблема решается тогда, когда у тебя есть деньги. А как зарабатывать деньги в сетевом маркетинге, она быстро усвоила. Сейчас Стелла уже не напоминает пивную бочку; она подтянутая привлекательная женщина.

Вывод: если кто-то из ваших знакомых страдает от избыточного веса, постарайтесь привлечь его в сетевой маркетинг, используя такой аргумент, как возможность похудеть.

ГЛАВА 7

СКРЫТАЯ СИЛА ПРАЗДНИКА (ЧТО И КАК ПРАЗДНОВАТЬ СЕТЕВИКУ)

Задайте себе вопрос: какие праздники вам нравятся больше всего? И наверняка вы ответите: день своего рождения, Новый год, возможно, день образования вашей семьи. Мало кто назовет в числе любимых праздников День согласия и примирения, День Конституции, День независимости России. Почему? А потому что *праздники, названные мною в числе первых, обладают магической силой, праздники, названные в числе вторых, такой силой не обладают.* Как объяснить наличие магической силы в первом случае и ее отсутствие во втором?

Проанализируем, как вы ведете себя в собственный день рождения. Во-первых, этот день принадлежит вам и только вам. Отмечай вся страна в эту дату, например, Праздник весны и труда, вы лично в основном бокалы с шампанским поднимете за себя и, может быть, один за трудящихся. Потому что это исключительно ваш день. Во-вторых, вы воскресите в памяти всю прошедшую жизнь и подвергнете ее тщательному анализу. Честно признаетесь себе, какие свои поступки вы считаете правильными, а какие нет, какими из них вы можете гордиться, а последствия каких вы

бы хотели исправить. Эту работу с собой культурно-историческая психология называет **кресением**, ее цель — очищение себя от скверны, сжигание последней внутренним огнем. Третье, что вы делаете в этот день, — организуете праздник, то есть накрываете стол, приглашаете гостей. То, как вы организуете этот праздник, материально подтверждает ту оценку, которую вы только что выставили себе в результате самоанализа. Если вы посчитали, что добились успехов в бизнесе и при этом можете в день своего рождения пригласить в ресторан своих друзей и широко отпраздновать, — значит, данная себе оценка получила подтверждение. Это подтверждение лучше любых других аргументов убеждает вас в том, что выставленная оценка верна, что вы не завысили и не занизили ее. Это вселяет в вас уверенность в собственном человеческом потенциале. Это позволяет вам теперь уверенно конструировать свое будущее, что вы, в-четвертых, в этот день и делаете.

Но что значит конструировать собственное будущее? Это значит представлять себе те удовольствия, которыми вы хотели бы наслаждаться в обозримые сроки. А грядущее удовольствие — это всегда источник силы.

Иными словами, *в день своего рождения мы самоочищаемся, черпаем силу, самокодируемся на удачу.*

И если этот праздник принес вам удовлетворение, то в ближайший год вы реально достигнете намеченных в этот день целей. Этот эффект на Руси называли **магия первого дня**.

Праздники, обладающие магией первого дня, обычно были связаны с датами, дающими начало какому-то временному циклу. К ним в первую очередь относились день рождения, Новый

год, Рождество и т. д. Например, магический эффект от празднования Нового года нашел свое отражение в народной примете: как Новый год отпразднуешь, так год и пройдет.

А теперь о том, какие даты в жизни сетевого могут обладать магией первого дня.

Это в первую очередь должны быть дни, связанные с началом какого-то нового временного цикла. Например, один год, как я работаю в сетевом маркетинге, пять, семь, десять лет и т. д. Тогда с наступлением этой даты вы незаметно для себя начнете проделывать мысленно магическое действие, аналогичное тому, что проделываете в день своего рождения или в Новый год: подводить итоги, выставлять себе оценки, находить материальное подтверждение объективности выставленной оценки, а затем уверенно претендовать на новые удовольствия в обозримом будущем. В процессе этого действия вы также очищаетесь через кресение, обретаєте силу через медитации на удовольствия и кодируете себя на конкретные успехи на определенном отрезке времени (как правило, один год — продолжительность цикла).

К категории подобных праздников можно отнести дату первой продажи своего товара, дату подписания первого контракта, день, когда вы наконец-то смогли исполнить свое заветное желание (это оказалось вам по карману благодаря работе в сети) и т. д. Самое главное, чтобы у вас было как можно больше праздников, связанных лично с вами, с вашими успехами на том поприще, где протекает ваша настоящая жизнь. (В нашем случае будем считать, что она протекает в сетевом маркетинге.) **Ведь каждый такой праздник — это точка накопления силы, точка кодирования на удачу.** С годами в этих датах накапливается ваша энергия и с прибли-

жением заветного дня у вас будет подниматься настроение и сам собой идти навстречу успех.

Наина Леонидовна в числе прочих неурядиц жаловалась мне на очень плохое душевное самочувствие в дни всенародных праздников. «Как Первой или Седьмой ноября, на меня нападает такая тоска, такая депрессия, что не хочется на свет белый глядеть, — жаловалась мне она. — А ведь я должна заставить себя праздновать вместе со всеми». «В произнесенном вами словосочетании «заставить себя праздновать» и кроется причина вашей депрессии, — ответил я. — Ведь эти даты не обладают для вас магической силой первого дня. Это не вы совершили Октябрьскую революцию, это не вы, наконец, примирились с демократами или с коммунистами, это не вы завоевали победу труда над капиталом. Эти праздники не имеют к вам никакого отношения. Они лишь повод не работать и встретиться с друзьями за накрытым столом. В этой дате не накоплена ваша СИЛА, день как день — ничего особенного. А вы искусственно заставляете себя выделить его из других: веселиться, хлопотать. И вот, когда вы только представляете себе грядущие хлопоты, обязательные в этот день, ваш организм немедленно дает вам объективное сопоставление вашего энергопотенциала применительно к тем энергозатратам, которые вас ждут. Результат сопоставления получается отрицательным: сил, которые вы готовы израсходовать, у вас меньше, чем требуется на праздник. Это все равно, что вы собрались в отпуск, но у вас не хватает денег на путевки и на билеты. И тогда возникает депрессия. «А что делать, ведь я не могу праздновать только свой день рождения, в который мне всегда хорошо?» — спросила женщина. «Отмечать те даты, которые связаны лично с

вами, — ответил я и поинтересовался, — а кем вы работаете?» «Я — сетевик», — ответила дама. «Вот и празднуйте дату начала своей работы в сети, день первой продажи товара, день подписания первого контракта, празднуйте тот день, когда благодаря заработанным в сети деньгам вы исполнили свою давнишнюю мечту, — посоветовал я, но опять поинтересовался, — а как у вас идут дела в сетевом маркетинге?» «Средненько» — ответила женщина. «Если вы начнете ежегодно отмечать даты своих побед, одержанных на полях сетевого бизнеса, пройдет совсем немного времени и вы станете не только сильной и жизнерадостной, но и очень удачливой на этом поприще», — пообещал я. «Поживем — увидим», — ответила собеседница.

И она увидела. По собственным словам моей посетительницы, сказанным по истечении двухлетнего срока, она, готовясь отмечать какую-либо дату, связанную с ее победой в этом бизнесе, всегда чувствовала приток энергии, подъем настроения, удачней, чем в другие дни, шли дела. «Я отпраздновала дату покупки собственного жилья, о котором мечтала больше всего, потому что была приезжей, — делилась она. — Я раскопала свои первые договоры с дистрибьюторами, нашла там даты подписания, стала праздновать их. Причем должна отметить, что праздник всегда сопровождался для меня дотошным самоанализом, например, насколько хорошо мое жилище сегодня, насколько оно соответствует занимаемому мною положению или достаточно ли я расширила за истекший год свою структуру, заставила ли ее эффективно работать. Эти психологические акты заставляли меня трезво взглянуть на себя. А желание организовать хоть небольшой, но праздник, заставляло заглянуть в собственный кошелек и

посмотреть, какую сумму я могу в этот день извлечь оттуда без всякого для себя ущерба. Если эта сумма оказывалась приличной, я лучше любых других доказательств чувствовала: я — молодец! Я — умничка! А такая самооценка заставляла меня уверенно формировать свое будущее — хотя бы в голове. Я замахивалась на большие планы, и, к моему собственному удивлению, эти планы как-то сами собой находили воплощение. Сейчас я значительно увеличила находящуюся подо мной структуру, приобрела новую, более благоустроенную квартиру. Последнее событие я теперь, конечно же, буду ежегодно отмечать.

На свой праздник я обязательно приглашаю партнеров по сетевому бизнесу. Когда они видят, как я веселюсь, в них пробуждается здоровая зависть и желание добиться того же. Они стали активнее работать, а это значит, что и у них и у меня заработки стали больше.

Итак, подведем итог: ПРАЗДНИК, СВЯЗАННЫЙ С ГОДОВЩИНОЙ УСПЕХА ЧЕЛОВЕКА НА КАКОМ-ЛИБО ПОПРИЩЕ, ОБЛАДАЕТ МАГИЧЕСКОЙ СИЛОЙ.

ЧЕЛОВЕК, РАБОТАЮЩИЙ В СЕТЕВОМ БИЗНЕСЕ, ДОЛЖЕН ВЫДЕЛИТЬ ДЛЯ СЕБЯ ТЕ ДНИ, КОГДА ОН ОДЕРЖАЛ В НЕМ СЕРЬЕЗНУЮ ПОБЕДУ, И РЕГУЛЯРНО ОТМЕЧАТЬ ЭТИ ДАТЫ, КАК ОТМЕЧАЕТ ДЕНЬ СВОЕГО РОЖДЕНИЯ ИЛИ НОВЫЙ ГОД.

ПОДОБНОЕ ДЕЙСТВИЕ НАПОЛНИТ ЕГО УСПЕХОМ И НАДЕЛИТ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИЛОЙ. В ОСНОВЕ ЭТОГО ЯВЛЕНИЯ ЛЕЖИТ СТАРИННАЯ СЛАВЯНСКАЯ ПРАКТИКА МАГИИ ПЕРВОГО ДНЯ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Когда я провожу свои семинары по России или когда организую индивидуальные консультации по приглашению лидеров маркетинговых сетей, организаторы впоследствии высказывают мне одно и то же: «Вы, Сергей Николаевич, бесспорно даете ряд очень ценных советов, которые реально сдвигают с мертвой точки работу как одного человека, так и целых сетей, но вашим мероприятиям не хватает ощущения праздника, не хватает эйфории! Вот мы приглашаем лидера N из Америки. Каким всеобщим подъемом сопровождалось его выступление, сколько веры он в нас вселил. В Поволжье или на Урале мы — сетевики — почувствовали себя частицей далекого от нас цивилизованного американского мира!»

«А много ли вы впоследствии заработали на советах господина N из цивилизованной Америки?!» — в свою очередь задаю вопрос я. «Ничего нового он, конечно, не сказал, — оправдываются организаторы. — Все это мы читали в переводных книгах по сетевому маркетингу. И много, конечно, не заработали. Но зато какой лоск был в его выступлении, какое это было великолепное шоу! Поймите, сетевики невольно сравнивают ваше выступление с выступлением американца и спрашивают, почему не было шоу?»

Так вот, сравнивать меня с американцем или европейцем и требовать от меня шоу не надо. И вот по какой причине.

Да, многие из нас, будь то москвичи или жители Поволжья, питерцы или сибиряки, пленяются (и заслуженно) достижениями западной цивилизации. Нам нравится чистый и опрятный быт американцев, нас подкупает их уверенность в завтрашнем дне. Мы хотим жить так же, как они. И нам кажется, что мы так живем те два-три дня, пока находимся на их выступлении. Это пленительный волшебный сон. Но после сна следует пробуждение. Кого-то оно застает в Москве, кого-то — в Уфе, кого-то — в Саратове или Екатеринбурге. А вместе с пробуждением возникает необходимость решать проблемы. А для решения проблем нужны деньги. А добыть деньги для многих из тех, кто держит в руках эту книгу, можно лишь посредством работы в маркетинговой сети. Деньги, заработанные здесь, позволят отдать долги, купить обувь на зиму, заплатить за жилье, питаться, отдохнуть летом, выручить из беды близкого человека и т. д. И если, работая в сети, кто-то не имеет этих денег, он должен получить квалифицированный совет: что надо делать, чтобы они были.

Вот этим занимаюсь я. Мне на память приходит ремонт, который несколько лет назад я затеял у себя в ванной. Я помню, в какой восторг приводила меня импортная сантехника. Как мне нравилось посещать торговые залы, оборудованные по европейским стандартам, как приятно было общаться с вежливыми, одетыми с иголки, продавцами, которые, будучи преисполненными оп-

тимизма, уверяли меня, что предлагаемые ими смеситель или душ будут работать вечно. В эти минуты меня наполняло ощущение праздника. Я чувствовал, что и моя жизнь наконец смыкается с обустроенным бытом цивилизации Запада. Это ощущение преследовало меня еще непродолжительное время, когда я заходил в только что отремонтированную ванную. Но затем смесители стали разваливаться, душ — развинчиваться, трубы — засоряться. В фешенебельных торговых залах чистенькие улыбчивые продавцы лишь разводили руками и повторяли, что зарубежные изделия действительно служили бы вечно, если бы не московская вода или неумелое обращение, и предлагали мне купить новую еще более дорогую и более симпатичную сантехнику. Иными словами, в ванной я получил европейский лоск и невозможность решения насущных проблем, как-то: умыться и принять душ. С этой проблемой я остался один на один в стране, именуемой Россия.

Понимая, что скорее всего не один нахожусь в такой ситуации, я стал обзванивать знакомых и друзей и спрашивать: что делать. «Звать дядю Петю или дядю Васю — последовал ответ. Под «дядей Петей» или «дядей Васей» подразумевался мастер, который живет где-то неподалеку и который возникшую проблему решит.

Мне дали телефон такого мастера. Пришел человек средних лет. Он не произносил высокопарных слов, не устраивал шоу. Он сказал, какие детали надо докупить, где это сделать, потом основательно повозился. Денег за свою работу взял немного. Оставил телефон: мол, если вновь будут проблемы, обращайтесь — рад быть полезным!

После этого моя ванная стала пригодна для пользования.

Так вот, работая с отечественными сетевиками, я сам себе напоминаю этого «дядю Петю» или «дядю Васю», который делает так, чтобы российский гражданин мог пользоваться сетевым бизнесом, пришедшим с Запада, то есть зарабатывать в нем те деньги, которые необходимы для жизни. Напомню, что этот гражданин живет и работает в России.

После выхода моих книг я получаю много приглашений встретиться с работниками той или иной маркетинговой сети. Я с удовольствием откликаюсь, но при одном условии: если от меня требуется не шоу, а конкретная помощь. Для шоу лучше действительно позвать какого-нибудь американца или европейца.

Конечно, я не в силах приехать на помощь к одному сетевнику, живущему в Сибири или на Дальнем Востоке. Поездка должна быть рентабельной. Поэтому если кому-то из читателей требуется помощь и нет возможности приехать за ней ко мне в Москву, то внимательно осмотритесь вокруг: кто из ваших родных или знакомых терпит фиаско и непрочь ухватиться за спасительную соломинку. Если у вашего знакомого не хватает средств — это здорово! Ведь он заинтересует предстоящим семинаром или консультацией уже достаточное количество своих друзей, а сам получит помощь бесплатно, а то еще может и как следует заработать.

Вам что-то напоминает эта схема? Конечно же, да. Это принцип сетевого маркетинга. Поупражняйтесь лишний раз на продаже товара или

чьих-то услуг всегда полезно, особенно, если вы станете использовать те рекомендации, которые были приведены в этой книге. А затем уже вместе обсудим ваш опыт, и уже вы станете одним из героев следующей книги, и уже к вам станут тянуться люди за действенным советом, как им обрести блеск цивилизации Запада, но находясь между тем у себя в России. И я не сомневаюсь, что вы, поделившись уже своим опытом, такой совет дадите.

Так и возникнет на отечественном рынке самая обширная и самая продуктивная маркетинговая сеть, обучающая людей зарабатывать деньги в условиях России.

Приложение

БЫТ И ДЕНЬГИ

Календарь

Январь — потери из-за партнеров или из-за детей.

Февраль: вьюжный, пасмурный — спад в делах; ясный, морозный — счастливый случай приведет к успеху.

Март — разочарование в собственной деятельности.

Апрель — прибыль.

Май — благоприятен для бизнеса (особенно для молодежи).

Июнь — большие доходы в предпринимаемых делах.

Июль — печальные перспективы переходят в удачу.

Август — спад коммерческих отношений.

Сентябрь — дела выправляются.

Октябрь — дела идут хорошо, находятся новые партнеры.

Ноябрь — незначительные успехи во всех делах.

Декабрь — накопление богатства.

Родственники (встреча, контакт в начале дня)

Бабушка, дедушка — затруднение в делах, но мудрый совет поможет преодолеть затруднения.

Родные братья — дела устроятся.

Двоюродные родственники (братья, сестры) — расстройство дел.

Близнецы (братья, сестры) — успех в делах, защита от недоброжелателей.

Жена: приветливая — прибыль от рискованной сделки; раздраженная — убыток от рискованной сделки.

Отец, мать: веселые, счастливые — гармония в отношениях с сотрудниками, прибыль через них; грустные, раздраженные — ссоры с сотрудниками, убытки через них.

Племянник — достаток.

Ребенок: послушный — продвижение по карьерной лестнице; непослушный — затруднение в продвижении по карьерной лестнице.

Человек (встреча, контакт)

Идиот, дурак, калека — к удаче.

Хорошие знакомые — благоприятное стечение обстоятельств.

Школьник — неудача в торговле.

Жокей — невиданный подарок судьбы.

Сельскохозяйственный работник — преуспевание в делах.

Иностранец — благоприятные обстоятельства.

Карлик — участие в выгодном предприятии.

Кормящая мать — благоприятное условие для реализации планов.

Маг — увеличение доходов от оборотов в торговле.

Монах — неприятные обстоятельства.

Мясник — угроза через подписанные документы.

Парикмахер — победа при движении к своей цели.

Дантист — победа в одиночку.

Пассажир с багажом — улучшение обстоятельств.

Милиционер — давление на вас влиятельных лиц.

Преступник — вас используют в корыстных целях.

Проповедник — пренебрежение делами.

Предатель (человек, однажды предавший вас) — к ограблению.

Хирург — угроза со стороны делового партнера.

Цыган — потеря собственности.

Журналист — к ссорам с партнерами.

Политик — бездарная потеря времени.

Немой — цепь успешных дел.

Картины в офисе, дома

Бык — положение в обществе.

Весна: без тающего снега — счастливое развитие дел; с тающим снегом — потери.

Вечер — несбывшиеся мечты.

Волк — появление в коллективе предателя общих интересов.

Верблюд — возрождение после краха.

Венец — признание заслуг.

Зебра — удовлетворение фантастических (коммерческих) желаний.

Кенгуру — перехитрить недоброжелателей.

Лев — прилив сил.

Одежда

Цвет

Желтый — финансовые успехи.

Голубой — исполнение мечты (не связанной с деньгами).

Малиновый — избавление от врагов.

Зеленый — финансовое процветание.

Многоцветный — неразбериха.

Черный — возобладание над противником.

Материал

Бархат — известность, успех в делах.

Шелк — удовлетворение честолюбия.

Синтетика — потери через собственную неадекватность.

Шерсть — расширение бизнеса.

Украшения (носить на себе)

Серебро — в результате труда деньги не идут.

Золото — преуспевание в делах, финансовая отдача.

Бриллианты — признание заслуг.

Янтарь — уступать обстоятельствам.

Коралл: красный — успешное сотрудничество; белый — неверность партнеров.

Рубин — удача.

Изумруд — трудный успех в борьбе за собственность.

Топаз — надежность партнеров.

Яшма — успех.

Пища (употреблять на завтрак)

К удаче в коммерческой деятельности

Говядина, баранина, индейка, зеленый горошек, вишня, земляника, колбаса, кролик, мамалыга, масло, мед, минеральная вода, миндаль, молоко, морковь, мускатный орех, овсянка, огурец, оливки, маслины, грецкие орехи, петрушка, рыба, кофе, сельдерей, хлеб, яблоки, яйца, кисель, сливки, сыр, конфеты, лук.

К затруднениям (неудачам) в коммерческой деятельности

Свинина, кокосы, кока-кола, бананы, лапша, макароны, лимонад, репа, уксус, устрицы, ананас, апельсин, мандарин, авокадо, фазан.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>От автора.</i> Зачем нужна еще одна книга о сетевом маркетинге	3
--	---

Часть I

ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

<i>Глава 1.</i> Как полюбить сетевой бизнес	11
<i>Глава 2.</i> Ответ: зачем тебе деньги?	26
<i>Глава 3.</i> Развитие агрессивного эгоизма	38
<i>Глава 4.</i> Ваша боль — это ваши деньги	49
<i>Глава 5.</i> Как поступать с долгами	59
<i>Глава 6.</i> Твоя цель — деньги	66
<i>Глава 7.</i> Первый успех: как его достичь	74
Заключение к части I	85

Часть II

МАГИЯ ПРОДАЖ И ВОВЛЕЧЕНИЕ В СЕТЬ

<i>Глава 1.</i> Теплый рынок и работа с ним	91
<i>Глава 2.</i> Работа с холодным рынком	100
<i>Глава 3.</i> Как соблазнить людей прийти в сетевой маркетинг	113
<i>Глава 4.</i> Тип лица и подход к человеку	127
<i>Глава 5.</i> Имя и подход к человеку	137
<i>Глава 6.</i> Как изжить свой страх перед клиентом	159
<i>Глава 7.</i> Возобладание над клиентом	166
<i>Глава 8.</i> Бизнес — организованная мысль	172
Тренинги, или послесловие к части II	181

Часть III

ПОСТРОЕНИЕ СОБСТВЕННОЙ СТРУКТУРЫ

Вступление	189
<i>Глава 1. Не соблазню — так хотя бы заработаю</i>	195
<i>Глава 2. Дети и деньги — тайная связь</i>	203
<i>Глава 3. Польза и вред дублирования</i>	211
<i>Глава 4. Взаимодействие с деловыми партнерами</i>	224
<i>Глава 5. Психологическое прогнозирование</i>	231
<i>Глава 6. Врач по имени «бизнес»</i>	240
<i>Глава 7. Скрытая сила праздника</i> <i>(что и как праздновать сетевика)</i>	249
<i>Заключение</i>	255
<i>Приложение. Быт и деньги</i>	260

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

ЕСЛИ ВАС ЗАИНТЕРЕСОВАЛА ЭТА КНИГА
И ВЫ ХОТИТЕ ВСТРЕТИТЬСЯ С ЕЕ АВТОРОМ

ПОПОВЫМ СЕРГЕЕМ НИКОЛАЕВИЧЕМ
ИЛИ ОГОВОРИТЬ УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ЕГО СЕМИНАРОВ В ВАШЕЙ СЕТИ,

ОБРАЩАЙТЕСЬ ПО ТЕЛЕФОНАМ:

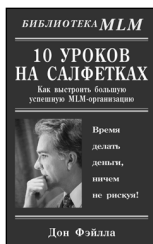
150-00-24, 150-50-65

ИНФОРМАЦИЯ О СЕМИНАРАХ И
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГАХ НА САЙТЕ:

www.love-money.da.ru

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА «ГРАНД-ФАИР» предлагает вниманию читателей книги серии «Библиотека MLM»

Формат 84×108/32, обложка



Фэйлла Д. 10 уроков на салфетках: Как выстроить большую успешную MLM-организацию / Пер. с англ. — 2007. — 144 с.: ил.

Это краткое, но исчерпывающее практическое руководство рассказывает о многоуровневом маркетинге. Концепция уроков, на которой основана книга, разрабатывалась и выверялась несколько лет, что позволяет автору уверенно утверждать: используя рассмотренные в книге примеры из практики MLM, вы сможете работать более уверенно и эффективно.



Ярнелл М., Ярнелл Р. Ваш первый год в сетевом маркетинге / Пер. с англ. — 2007. — 432 с.

Эта исключительно полезная книга содержит более 200 конкретных рекомендаций, позволяющих новичку, первый год работающему в сетевом маркетинге, выжить, получить прибыль и создать основу для перспектив. Формула успеха авторов проста и безжалостна. Она предполагает огромную работу и нечеловеческую настойчивость. Но тот, кто сможет ее реализовать, станет действительно финансово независимым человеком.



Синамати А. Женщина, которая живет. — 2006. — 192 с.

Эта книга о MLM. В ней есть захватывающий сюжет, интрига и счастливый конец. Безграничные возможности сетевого бизнеса показаны на примере жизни семейной пары, пытающейся найти свое место в жизни в трудное время становления отечественного рынка.



Синамати А. MLM — путь к успеху. — 2007. — 160 с.

Книга опытного специалиста по сетевому маркетингу, педагога и психолога Александра Синамати адресована всем, кто хочет обрести финансовую независимость и добиться запланированного уровня жизни. Она станет учебником для начинающих дистрибьюторов и компасом, по которому смогут сверять свой курс опытные сетевики.

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА «ГРАНД-ФАИР» предлагает вниманию читателей книги серии «Золотой фонд MLM»



Рубино Д., Терхьюн Д. 15 секретов, которые должен знать каждый сетевик / Пер. с англ. — 2007. — 184 с.

В книге, написанной на основе более чем 30-летнего опыта совместной работы авторов в области сетевого маркетинга, отражены два разных подхода к достижению успеха: Рубино отдает предпочтение личностному развитию, Терхьюн — мотивации и стремлению достичь высот в бизнесе. Секреты, раскрытые авторами: настрой и навыки, необходимые для победы, должен знать не только любой новичок, но и признанный лидер.



Фогг Д. Величайший Сетевик Мира: Бесценный опыт MLM / Пер. с англ. — 2007. — 144 с.

В этой книге изложена история жизни человека, поднявшегося из бездны отчаяния к высотам успеха. За фасадом чудесной истории скрыты мощные пружины бизнеса XXI века — MLM. Великий сетевик раскрывает свои секреты и призывает воспользоваться ими каждого, кто хочет изменить свою жизнь к лучшему, хочет понять смысл вещей и переплавить желание действовать в чистое золото результата.



Сидоров И. Включай мозги и богатей. — 2007. — 176 с.: ил.

В книге рассказано об истории успеха автора и других отечественных бизнесменов, сумевших найти свой путь к процветанию в мире богатства и благополучия. Прочитав ее, вы узнаете о секретах продаж, о том, как стать успешным предпринимателем, откроете для себя новые возможности, заманчивые перспективы в сфере бизнеса, научитесь использовать шанс, который дает судьба.



Фэйлла Д., Фэйлла Н. Система: три ступени построения успешной MLM-организации / Пер. с англ. — 2007. — 112 с.: ил.

Автор, используя разработанную им Систему создания большой успешной организации сетевого маркетинга, помогает решить злободневные вопросы по спонсированию кандидатов. Как потратить на презентацию не более 10–12 минут, кого из кандидатов нужно привлекать в первую очередь и др.

ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА «ГРАНД-ФАИР» предлагает вниманию читателей книги серии «Золотой фонд MLM»



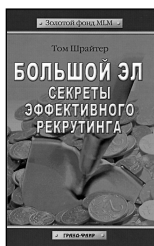
Шрайтер Т. Быстрый старт от Большого Эла / Пер. с англ. — 2006. — 128 с.: ил.

Вы хотите иметь дополнительный доход в свободное от основной работы время? Автор этой книги предлагает стратегию успеха в MLM-бизнесе, а также способы, с помощью которых любой человек может достигнуть благосостояния.



Шрайтер Т. Большой Эл. Как вырастить MLM-лидеров / Пер. с англ. — 2007. — 96 с.

Вам никак не удается собрать команду единомышленников и воспитать лидеров? А методы рекрутирования не приносят видимых результатов? Изложенные в книге технологии позволят вам привлечь потенциальных лидеров, избежать основных ошибок почтовых рассылок, не тратя попусту чрезмерных усилий, и, как результат, получать стабильные и высокие бонусы.



Шрайтер Т. Большой Эл. Секреты эффективного рекрутинга / Пер. с англ. — 2007. — 128 с.

Дела в вашей бизнес-группе приходят в упадок? Всюду царят грусть и уныние? Эта книга поможет поднять тонус в вашей организации, возродить энтузиазм, найти способы мотивации, дать толчок бизнесу. Большой Эл научит вас применять метод лестницы при рекрутировании, работать с умом, профессионально вести разговор с потенциальным кандидатом, ставить перед ним реальные цели.



Шрайтер Т. Большой Эл раскрывает свои секреты: Система рекрутирования в многоуровневом маркетинге / Пер. с англ. — 2006. — 120 с.: ил.

Для автора этой книги нет нерешенных вопросов в области сетевого маркетинга. Он знает, как создать успешный даунлайн, провести презентацию, привлечь новых дистрибьюторов. У него есть ответы на все вопросы. Большой Эл раскрывает перед читателями широкие и многообразные возможности MLM.

КНИГИ
Издательской группы
«ГРАНД-ФАИР»

можно приобрести
в московских магазинах:

- 1. Московский Дом книги на Новом Арбате**
Адрес: г. Москва, ул. Новый Арбат, д. 8 (м. Арбатская).
Справочные тел.: (495) 789-35-91.
- 2. Торговый дом «Москва»**
Адрес: г. Москва, ул. Тверская, д. 8 (м. Тверская).
Справочный тел.: (495) 629-64-83.
- 3. «Библио-Глобус»**
Адрес: г. Москва, ул. Мясницкая, д. 6 (м. Лубянка).
Справочный тел.: (495) 928-35-67.
- 4. «Молодая гвардия»**
Адрес: г. Москва, ул. Б. Полянка, д. 28 (м. Полянка).
Справочный тел.: (495) 238-50-01.
- 5. «Белые облака»**
Адрес: г. Москва, ул. Покровка, д. 4 (м. Китай-город).
Справочный тел.: (495) 621-61-15.
- 6. Дом педагогической книги**
Адрес: г. Москва, ул. Б. Дмитровка, д. 7/5 (м. Охотный Ряд). Справочные тел.: (495) 629-50-04, 629-43-92.
- 7. Дом книги в Медведково**
Адрес: г. Москва, Заревый пр-д, д. 12 (м. Медведково).
Справочный тел.: (495) 478-48-97.
- 8. Дом медицинской книги**
Адрес: г. Москва, Комсомольский просп., д. 25 (м. Фрунзенская). Справочные тел.: (495) 245-39-33, 245-39-27, 248-28-46.
- 9. Дом технической книги**
Адрес: г. Москва, Ленинский просп., д. 40 (м. Ленинский проспект). Справочные тел.: (495) 137-68-88, 137-60-19.
- 10. «Путь к себе»**
Адрес: г. Москва, Краснопролетарская, 16 (м. Новослободская). Справочный тел.: (495) 746-53-47.

Издательская группа «ГРАНД-ФАИР»

приглашает к сотрудничеству авторов
и книготорговые организации

Телефон / факс:
(495) 721 - 38 - 56

Почтовый адрес:
109428, Москва, ул. Зарайская, д. 47, корп. 2
e-mail: **office@grand-fair.ru**
Интернет: **http://www.grand-fair.ru**

По вопросам размещения в наших книгах информации о
вашей компании, ее продукции или услугах обращайтесь
в отдел маркетинга *e-mail:* **pr@grand-fair.ru**

Серия «Библиотека MLM»

Сергей Николаевич Попов

РУССКИЙ ПУТЬ В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ

Оригинал-макет, верстка Д. Быкова
Дизайн обложки Е. Ярошенко

Подписано в печать 20.09.2007.

Формат 84 × 108 ¹/₃₂. Бумага книжно-журнальная.

Гарнитура «Ньютон». Печать офсетная.

Усл. печ. л. 14,28. Доп. тираж 3600 экз.

Заказ

«Издательство ФАИР»

109428, Москва, ул. Зарайская, д. 47, корп. 2

Отпечатано

в ОАО «Можайский полиграфический комбинат».

143200, г. Можайск, ул. Мира, 93