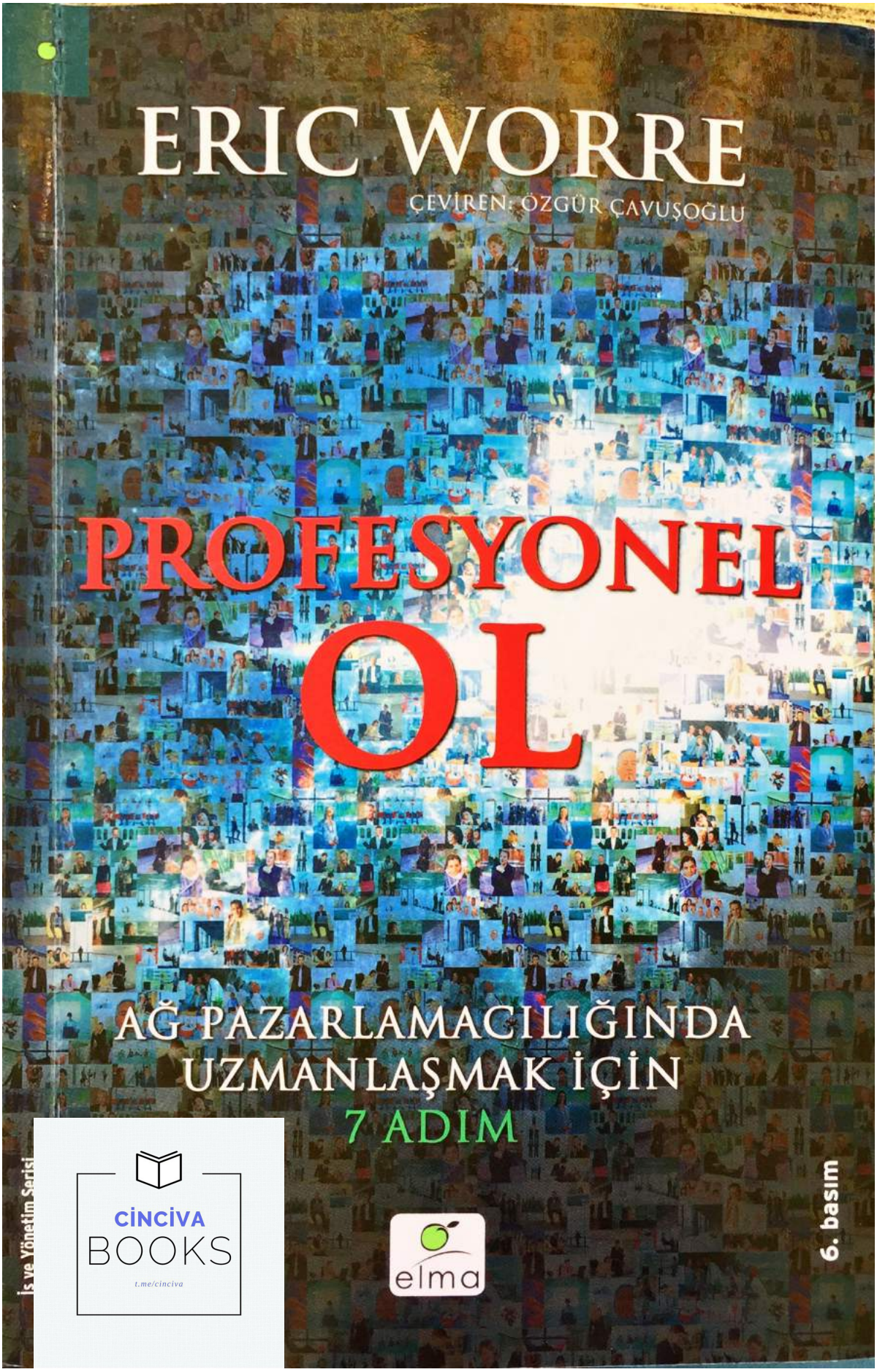

ERIC WORRE
ÇEVİREN: ÖZGÜR ÇAVUŞOĞLU
PROFESYONEL OL
AĞ PAZARLAMACILIĞINDA UZMANLAŞMAK İÇİN 7 ADIM
İş ve Yönetim Serisi
CİNCİVA BOOKS
t.me/cinciva
elma
6. basım

t.me/cinciva

PROFESYONEL OL

Ağ Pazarlamacılığında Uzmanlaşmak İçin 7 Adım

Eric Worre

Çeviri: Özgür Çavuşoğlu



İş ve Yönetim Serisi 64

t.me/cinciva

CİNCİVA
BOOKS
t.me/cinciva

Bu kitap
Ağ Pazarlama Distribütörlerine ithaf edilmiştir.
Hayallerinizin peşinden gitme cesaretini gösterdiğiniz için
sizi kutlarız.

t.me/cinciva

Yazar Hakkında

Eric Worre 25 yılı aşkın bir süredir Ağ Pazarlamacılığı Mesleğinde bir liderdir. En üst düzey Ağ Pazarlama Profesyoneli olarak geçirdiği saygın meslek hayatı boyunca,

- 15 milyon doları aşkın kazanç elde etmiş,
- 60'tan fazla ülkede toplamda 500.000'in üzerinde distribütörü içeren satış grupları kurmuş,
- 200 milyon dolarlık bir doğrudan satış şirketinin başkanlığını yapmış,
- TPN (The Peoples Network / İnsan Ağı) adlı kendi şirketinin kurucu ortağı olmuş ve başkanı olarak çalışmış,
- Doğrudan satış endüstrisinde yıllık yedi haneli kazancı olan bir pazarlama danışmanı olarak çalışmıştır.

Eric, bu yolculuğu boyunca, bilinçli bir şekilde başarılı bir eğitmene dönüşmüş ve 250.000'i aşkın insanla birlikte canlı etkinlikler düzenleyerek onlara nasıl bir Ağ Pazarlama Profesyoneli olunacağını öğretmiştir. Anthony Robbins, merhum Jim Rohn, Brian Tracy, Denis Waitley, mer-

t.me/cinciva

hum Stephen Covey, Tom Peters, Les Brown, merhum Og Mandino, David Bach, Robert Kiyosaki, Harvey Mackay, Art Williams, Ken Blanchard, Tom Rath, Daniel Pink, Mark Victor Hansen, Jack Canfield, Jeffrey Gitomer, Tom Hopkins ve daha birçokları ile aynı sahneyi paylaşmıştır.

Eric, 2009 yılında, dünya çevresindeki 137 ülkeden takipçisiyle Ağ Pazarlamacılığı Mesleğinde en çok izlenen eğitim sitesi olan NetworkMarketingPro.com'u kurmuştur. Network Marketing Pro (Ağ Pazarlama Profesyoneli) kuruluşundan bu yana izleyicilerine, içerisinde en simgeleşmiş ve en başarılı distribütörlerle yapılmış düzinelerce söyleşiyi ve Ağ Pazarlamacılığı Mesleğindeki en kuvvetli eğitim etkinliklerini ihtiva eden yüzlerce ücretsiz eğitim videosu sunmuştur.

Eric, her videosunu kendi markası haline gelmiş olan şu ifadeyle bitirmektedir: "Baylar, bayanlar, sizin için dileğim, Ağ Pazarlama Profesyoneli olmaya yani bu mesleğin Profesyoneli Olmaya karar vermenizdir; çünkü bizim daha iyi bir yöntemimiz olduğu buz gibi gerçektir. Şimdi gidip bunu dünyaya anlatalım."

Eric'e şu adreslerden ulaşabilirsiniz:

www.networkmarketingpro.com
www.facebook.com/NMPRO
www.twitter.com/EricWorre

t.me/cinciva

İçindekiler

Birinci Bölüm	Ağ Pazarlamacılığı Mükemmel Değil, Yalnızca DAHA İYİ..... 19
İkinci Bölüm	Ağ Pazarlamacılığıyla Uğraşacaksanız, Profesyonel Olmaya Karar Verin..... 37
Üçüncü Bölüm	Her Meslekte Olduğu Gibi, Bazı Beceriler Edinmeniz Gerekecek 43
Dördüncü Bölüm	Beceri No: 1 Muhtemel Katılımcıları Bulmak..... 47
Beşinci Bölüm	Beceri No: 2 Muhtemel Katılımcılarınızı Ürününüzü veya Sunduğunuz İmkânı Anlamaya Davet Etmek..... 53
Altıncı Bölüm	Beceri No: 3 Muhtemel Katılımcılarınıza Ürününüzü veya Fırsatları Sunma..... 79
Yedinci Bölüm	Beceri No: 4 Muhtemel Katılımcılarınızı Takip Etmek..... 87
Sekizinci Bölüm	Beceri No: 5 Muhtemel Katılımcılarınızın Müşteri veya Distribütör Olmalarına Yardımcı Olmak..... 103

t.me/cinciva

Dokuzuncu Bölüm Beceri No: 6 Yeni Distribütörünüzün Doğru Bir Başlangıç Yapmasına Yardımcı Olmak 111

Onuncu Bölüm Beceri No: 7 Etkinliklerin Tanıtımını Yapmak 119

On Birinci Bölüm Değerli Her Şey Zaman Alır 127

On İkinci Bölüm Buna Değer 139

t.me/cinciva

Önsöz

Öncelikle şunu hemen söyleyeyim: Ben yazar değilim. Bu kitabın yazılmasına uzanan yolculuk, uzun ve dolambaçlı yollarla doluydu. Aslında, tam altı kez bu kitabı yazmaya çalıştım, hatta birkaç kez yardımcı olmaları için gölge yazar bile tuttum. Fakat hiçbirinde sonuç istediğim gibi olmadı, o nedenle bu kitabı size kendi kelimelerimle sunmaktan başka şans kalmadı.

Ben en iyi Ağ Pazarlamacısı da değilim. Çoğu insanın müthiş başarılı bir kariyer diyebileceği bir meslek hayatım olmasına rağmen, benden çok daha iyileri var. Çok başarılı insanların ne yaptığını kavrama ve bunu kolaylıkla anlaşılabilecek bir şekilde sunma konusunda bir yetenek geliştirdiğime inanıyorum.

Ağ pazarlamacılığının kendine özgü bir dili, bir "jargon"u var. Bazı şirketler çalışanlarına distribütör, bazıları takım üyeleri, bazıları ise marka ortakları, tanıtımcılar veya meslektaşlar diye isim veriyorlar.

t.me/cinciva

İsim ister distribütör, ister iş alanımıza uygun diğerlerinden biri olsun, kitabı okurken bunun dikkatinizi dağıtmasına lütfen izin vermeyin. Kavramlara odaklanın, isimlere değil. İsimler durmadan değişirken, kavramlar asla değişmez.

Bu yolculuğa birlikte başlarken, teşekkür etmem gereken bazı önemli kişiler var.

Eşim Marina, Tanrı senin doğduğun gün dünyayı kutsadı ve bana nihayet seni bulduğum o günü bağışladı.

Çocuklarım Taylor, Alexandra, Daniela, Chandler, Domenic ve torunum Ethan, hepinizle çok gurur duyuyorum. Bu dünyada muhteşem şeyler yapacağınızdan hiçbir şüphem yok.

Annem, babam ve geniş ailemin diğer üyeleri, hayatım boyunca bana gösterdiğiniz sevgi ve destek için size ne kadar teşekkür etsem azdır. Ailemi çok seviyorum.

Dünyanın dört bir yanındaki binlerce dostum, sizler benim gerçek geniş ailem oldunuz. "Dostluk zenginliktir" deniyor; sanırım doğru bu, sizlerin sayesinde ben de zengin bir adamım.

Chad Porter, Network Marketing Pro[1] (Ağ Pazarlama Profesyoneli) sensiz işleyemezdi. Çalışkanlığın ve bu işe adanmışlığın için sana teşekkür ederim. Seni çok takdir ediyorum.

---

[1] NetworkMarketingPro.com, Ağ Pazarlamacılığı Mesleğine yönelik olarak eğitim ve mesleği yüceltme çabalarına ücretsiz bir kaynak oluşturması için 2009 yılında hayata geçirilmiştir. Bu konudaki yüzlerce eğitim videosuna, milyon dolarlar kazanmış kişilerle yapılan söyleşilere ve değerli pek çok bilgiye www.networkmarketingpro.com adresinden ulaşabilirsiniz. Söz konusu kaynaklar İngilizcedir.

t.me/cinciva

Melody Marler Forshee, editörüm olduğun ve bu kitabı düzenlememe yardım ettiğin için sana teşekkür ediyorum. Bu işi sensiz beceremezdim.

Ve Ağ Pazarlamacılığı Mesleği; 1988 yılında hayatımı kurtardığın için sana teşekkür ediyorum. Beni daha iyi bir insan yaptın. Sonsuza dek müteşekkir olacağım.

t.me/cinciva

Giriş

Ağ Pazarlamacılığıyla tanıştığım o günü hatırlıyorum; 1988'in Ocak ayıydı. 23 yaşındaydım ve babamla arkadaşı John Joyce'un sahip olduğu küçük bir şirkette gayrimenkul satıyordum.

Henüz yeni evliydim ve küçük bir oğlum vardı. Çoktan faturalarımı ödeyemez hale gelmiştim, korkuyordum. Bir sene önce gayrimenkul komisyonlarından 45.000 dolar kazanmıştım ki bu iyi bir şeydi. Problem ise, 60.000 dolar harcamış ve ödemesi birkaç ay içinde gelecek olan vergilerim için bir kenara hiç para ayırmamış olmamdı.

John Joyce o gün masama gelip, "Eric, sanırım, biraz ek gelir elde edebileceğimiz bir yöntem biliyorum" dediğinde, "Hadi daha detaylı anlat bakalım" dedim. İyi bir arkadaşının bize gösterecek bir şeyi olduğunu, bu nedenle bizi evine davet ettiğini söyledi. Böylece John ve babamla arabaya atlayıp o şeyi görmeye gittik.

Oraya vardığımızda bizi oturma odasına götürdü, video göstericisine bir kaset koydu ve "OYNAT" düğmesi-

t.me/cinciva

ne bastı. Oturdum ve o çılgın videoyu seyrettim. Video, malikâneler, limuzinler ve bir gecede servetler kazanan insanların övgü, hayranlık dolu ifadeleriyle doluydu. Her şey o kadar şahaneydi ki gerçek olduğuna hiç inanasım gelmedi. Herkese bunun kötü bir fikir olduğunu söylemeye başladım, hiç ilgimi çekmemişti. Bu fikir akıl süzgecimden geçememişti.

Sonra ilginç bir şey oldu. John ve babam, "Tamam, çok kötü. Ama yine de yapacağız bu işi" dediler.

Bunun bende BÜYÜK bir etkisi oldu, çünkü beş parasız ve borç içinde olmaktan daha kötüsü, bu ikiliyi bensiz büyük paralar kazanırken görmek olacaktı! Bu sebeple, tavrımı değiştirdim, babamı bir kenara çekip bu işe girebilmek için bana biraz borç verip veremeyeceğini sordum. Tanrıya çok şükür, "evet" dedi; zira Ağ Pazarlamacılığı distribütörü olmaya karar vermek hayatımı tamamen değiştirdi.

Başlangıçta, işime çoğu insanın yaptığı gibi davrandım, yani ona bir işmiş gibi davranmadım hiç. Gruba dâhil oldum, birkaç telefon görüşmesi yaptım ve zamanlamamın, pozisyonumun bana şans getirecek kadar yeterli olmasını ve birkaç dolar kazanmayı ümit ettim. Ve başta işe yaradı! Gerçekten biraz bir şeyler KAZANDIM. Çok heyecan vericiydi, ama size şimdi bir şeyi açıklamam gerekir: O birkaç ay, tüm stratejim babamın fihristindeki tüm listeyi çabucak aramak, babam onlara ulaşmadan onlara ulaşmaktı. Telefonda babamın ve John Joyce'un da işin içinde olduğunu söyleyip onları bir toplantıya ya da video izlemeye davet edersem, onlar da ilgilenirse, babam ben onun grubunda olduğum için bu güveni kimin sağladığıyla ilgilenmez diye düşündüm. Sınırlı bir başarı da gösterdim, ama tahmin edeceğiniz gibi, pek uzun sürmedi.

t.me/cinciva

Başladıktan üç ay sonra, Ağ Pazarlamacılığı gelirim suyunu çekti. Böyle olunca, bütün pozitif tavrım tamamen gitti. Başarısızlığımdan dolayı her şeyi ve herkesi suçlamaya başladım. Listemdeki insanlar yeterince destek olmuyordu. Şirket bana yeterli eğitimi sağlamadı. Ben yeterince insan tanımıyordum. Çok genç olduğum için kimse beni kaile almazdı. Ürünü suçladım. Şirketi suçladım. Ekonomiyi suçladım. Kendim hariç herkesi suçladım.

Ama büyük bir problemim vardı. Dünyayı suçlamanın faturalarımı ödememe bir faydası yoktu. O ilk komisyonumu aldığımda emlak işimden de uzaklaşmıştım. Tekrar bir gayrimenkul komisyonu alabilmek çok zaman alacaktı. Üniversite diplomam da yoktu, bu sebeple düzgün maaşlı bir iş bulmam olanak dışıydı. Biraz nakit akışı oluşturmak için gidebileceğim tek yer gerisin geri Ağ Pazarlamacılığıydı.

Böylece, boynumu büküp işe geri döndüm. Başlarda hiç de kolay değildi. Aslında ilk üç yıl, grubumu yedi kez yeniden oluşturdum! Kuruyordum, bozuluyordu. Yeniden kuruyordum, yeniden bozuluyordu. Yine, yeni, yeniden.

O üç yılın sonunda, cesaretini yitirmiş bir insandan daha da kötü durumdaydım. Hemen hemen tüm ümidimi kaybetmiştim. Sonra hayatımı değiştiren bir şey oldu. Aslında iki şeyin birleşimiydi bu. Bir şirket toplantısından önceki geceydi ve televizyonda bir haber programı seyrediyordum. Programın konuğu şimdi hatırlayamadığım bir konuda uzmandı. Aklımdan şu soru geçti: "İnsan HERHANGİ bir konuda nasıl uzman hale gelir?"

Düşünebildiğim tek şey, "Alanlarında, tecrübe edinmeye, öğrenebildikleri kadar öğrenmeye, her kitabı okumaya,

t.me/cinciva

karşılarına çıkan her kişiyle konuşmaya, böylece o alanı tamamen öğrenmeye karar vermiş olmalılar ki sonuçta uzman hale gelmişler" oldu. Ertesi gün şirketin kongresine katıldım ve süper starların sahnede ardı ardına yürüyüşünü izledim. Onları izlemek insana yıldırım çarpması gibi bir şeydi. Nihayet bir şimşek de beynimde çaktı: Gerçekten başarmaya karar verirsem, ben de Ağ Pazarlamacılığında uzman olabilirdim. Gerekli becerilere odaklanabilirdim. Uzman hale gelene kadar tecrübe kazanabilirdim ve HİÇ KİMSE beni durduramazdı.

O zamana kadar, hep bir melek aradım durdum. Şansın beni bulmasını bekliyordum. Bir gün her şeyi değiştirecek o süper starın sponsoru olmayı ümit ediyordum. Bu yakın zamanda gerçekleşmezse şansımı kaybedeceğimden korkuyordum.

Bir anda her şey değişti. Şanslı olmak konusunda endişe duymama gerek olmadığını anladım. Zamanlama ve konumlanma önemliydi fakat benim uzun vadeli başarım için elzem değildi. Üst grubum hakkında, doğru insanları tanıma konusunda veya başka herhangi bir şey için endişe etmeme lüzum yoktu. Tek yapmam gereken uzmanlaşmaktı.

Böylece o gün odağımı değiştirmeye ve bir Ağ Profesyoneli olabilmek için gerekli becerileri geliştirmeye karar verdim. Hayatımı değiştiren bir gündü o.

O günden bu güne hayatım harika bir maceraya dönüştü. Ağ Pazarlamacılığı benim için bir meslek oldu. Vakit bakımından tam anlamıyla özgürüm. Dünyanın dört bir yanından en harika insanlarla tanıştım.

Yüz binlerce hayata dokunmam, yüz binlerce hayatın hayatıma dokunması, tüm dünyayı gezmem, önemli

t.me/cinciva

addettiğim yardım faaliyetlerine katkıda bulunmam, en önemlisi ise, bu süreçte daha iyi bir insan haline gelmem mümkün oldu.

Bütün bunlar benim hayatımda oldu, sizin hayatınızda da olabilir. Bu kitapta, bir Ağ Pazarlama Profesyoneline dönüşmeniz yolunda size rehberlik edecek temel prensipleri anlatacağım. Bu prensipler geçmiş birkaç on yıl boyunca bana güzel bir şekilde hizmet etti, onların size de aynı şekilde hizmet edeceğini biliyorum.

Heyecan verici, yeni bir maceraya hoş geldiniz!

t.me/cinciva

Birinci Bölüm

Ağ Pazarlamacılığı Mükemmel Değil... Yalnızca DAHA İYİ

Kendinizi huzursuz mu hissediyorsunuz? Tatminsiz mi hissediyorsunuz? İşiniz, geçiminiz söz konusu olunca daha iyi bir yol olmalı diye düşündüğünüz oluyor mu?

Güzel haber: "Daha iyi bir yol VAR", fakat bu yol size okulda öğretilenden farklı. Açıklayayım.

Dünyayı dolaşıp konuşmalar yaparken, dinleyicilerin katıldığı bir oyun oynaktan hoşlanırım. İnsanlardan en modern iş yaşamını oluşturmama yardım etmelerini ve bu sebeple iş hayatında görmeyi isteyecekleri ve kaçınmak isteyecekleri özellikleri bana söylemelerini isterim. Sonuçta her zaman çok ilginç bir liste çıkar ortaya. Sizinle yüz yüze olsaydık, bunu şimdi sizinle de yapardım. Yüz yüze olmadığımıza göre, adına "Mükemmel Meslek Hayatı Listesi" dediğim metni oluştururken 30'u aşkın ülkeden insanın bana söylediklerini size özetlemek isterim.

t.me/cinciva

İnsanlar öncelikle istemedikleri şeyleri söylüyorlar:

- Patron olmasın.
- İşe gidip gelme olmasın.
- Çalar saat olmasın.
- Çalışan olmasın.
- Politik olmaya gerek olmasın.
- Fedakârlık gerektirmesin.
- Ayrımcılık olmasın.
- Eğitim gerektirmesin.

Sonra hayal güçlerini daha pozitif bir yönde kullanmaya başladıkça bazı olumlu özellikleri görmeye başlıyorlar:

- Pozitif bir şey olmalı.
- Müthiş bir ürün veya hizmet içermeli.
- Sınırsız gelir sağlamalı.
- Vergiler çıktıktan sonra kâr getirmeli.
- Sevdiğin insanlarla birlikte çalışılmalı.
- Vakit bakımından özgür olmalı.
- Anlamlı bir şey olmalı.
- Kişisel gelişime imkân vermeli.
- Birçok ek avantaj sağlamalı.
- Uluslararası olmalı.
- Değerli amaçlara katkı sağlamalı.
- Düşük riskli olmalı.
- Başlangıç masrafları düşük olmalı.
- Ekonominin prensiplerine uygun olmalı.
- Vergi muafiyetlerinden yararlanabilmeli.
- Eğlenceli olmalı!

Şimdi siz de bu listeye kendi tercihlerinizi ekleyebilirsiniz, ama her şeyden önce bunun güzel bir başlangıç olduğunu ka-

t.me/cinciva

bul etmez misiniz? Tüm bu özellikleri barındıran bir meslek hayatının tadını çıkarabilme ihtimalini bir düşünsenize!

Bildiğim bütün "işler" beş gruba ayrılıyor:

- Mavi yakalı işler
- Beyaz yakalı işler
- Satış işleri
- Geleneksel iş kurma
- Yatırımcılık

Mavi Yakalı İşler

Mavi yakalının Wikipedia'daki tanımı şöyledir: "Mavi yakalı bir çalışan, el işçiliği yapan işçi sınıfının bir üyesidir." Benim tanımım ise, bir şeyi yaratarak, tamir ederek, temizleyerek veya inşa ederek ya da bir şeye (ya da birisine) hizmet ederek çalışan birisidir.

Ben hayatımda birçok mavi yakalı işte çalıştım. Bu iş alanında bir şekilde çalışmış birisine göre, iyi yapılan her iş belirli bir tatmin sağlar.

Ancak önemli bir soru var: Mavi yakalı bir iş "Mükemmel Meslek Hayatı Listesi"ni gerçekleştirebilir mi? Bu sorunun tereddütsüz yanıtı, "hayır"dır. Tabii ki bazı özellikleri yerine getirebilecektir. Şahane bir ürüne, düşük başlangıç masraflarına veya listedeki birçok başka özelliğe sahip olabilir, fakat detaylı baktığınızda, mavi yakalı iş sizi istediğiniz yere ulaştıramaz, size o "Mükemmel Meslek Hayatı"nı sağlayamaz.

Beyaz Yakalı İşler

Beyaz yakalının Wikipedia'daki tanımı ise şu şekildedir: "Beyaz yakalı terimi, işi el işçiliği gerektiren mavi yakalının

t.me/cinciva

tersine, profesyonel, yöneticiliğe dair veya idari bir iş yapan kimse anlamına gelir. Tipik bir beyaz yakalı işi, ofislerde veya ofis bölmelerinde yapılır."

Benim tanımım ise, el işçiliği veya satış işleri dışında çalıştırılmak üzere başkaları tarafından işe alınan bir kimsedir.

Birçok insan toplumsal olarak en kabul edilebilir işlerden biri olduğu için beyaz yakalı bir iş yapmayı tercih eder. Uzun zamandır en güvenilir, en garantili iş seçeneği olarak görülüyor. Bu durum son zamanlarda değişti. "Eğer siz şirketinize sadıksanız, şirketiniz de size sadıktır" imasında bulunan antlaşma uzun zamandır yürürlükte değil.

Meslek hayatımda ben de beyaz yakalı oldum. Tecrübelerime göre, bu tür işi yapan iki grup çalışan vardır: Başaranlar ve Saklananlar.

Başaranlar, üst bir düzeyde performans göstermek isteyenlerdir. Hırslı, motive olmuş ve enerjiktirler. Fikir doludurlar ve sahip olunası müthiş nitelikler gösteren şirket basamaklarını tırmanmak isterler. Ancak Başaranları bekleyen olumsuz bir yan vardır.

Kişiler, bir Başaran olmaya karar verdikleri anda hedef haline gelirler. Patronları kendi konumlarına tehdit olarak gördüğü için onları düşük bir profilde tutmak ister veya şöhretlerine zarar vermeye çalışırlar. İş arkadaşları ise onları kendilerini utandıracak veya terfi etmelerini engelleyecek bir kişi olarak görürler, bu sebeple başarılarını zayıflatmak için ellerinden geleni artlarına koymazlar. Bu yüzden, Başaranların düşmanca bir ortamda başarılı kalabilmeleri ve varlıklarını sürdürebilmeleri için verimlilikle hiç alakası olmayan bir konuda da iyi olmaları gerekir: Bu da politikadır. Düşmanlarını zayıflatarak ve kuvvetli insanlarla ilişkilerini

t.me/cinciva

güçlendirerek politik dünyada yönlerini bulmayı öğrenmelidirler. Aslında, bir şirketteki en güçlü insanlardan bazıları hiç de bir Başaran değildir, sadece ve sadece politikacıdırlar. Böylece eğer bir şirket ortamında çalışmaya ve "bir Başaran" olmaya karar verirseniz, iyi bir politikacı olmanız gerektiği gerçeğini de kabullenmek zorundasınız.

Şimdi Saklananlardan bahsedelim. Bunlar, politik olmaktan NEFRET EDEN, ama yine de işe ihtiyacı olan insanlardır. Hırslı bir Başaran olmamayı öğrenirler. Göze batmazlar. Toplantılarda konuşmazlar. Yeni fikirler getirmezler. SAKLANIRLAR. Kafalarını öne eğer, kendilerine söyleneni yaparlar. Haklarında olumsuz konuşulmasın diye işlerini sadece yeteri kadar yaparlar. Böylece iş yerinde varlıklarını sürdürürler.

Bu strateji onlarca yıldır işe yaramıştır. Ancak Yeni Ekonomide, saklanmak artık çok daha zor hale geliyor ve insanların vakti giderek daralıyor.

Böylece "Mükemmel Meslek Hayatı Listesi"ne geri dönersek, beyaz yakalı bir iş size listedekileri sağlayabilir mi? Yine, şüphesiz pek çok iş alanında, net cevap hayırdır.

Satış İşleri

Bazı insanlar, bir "iş yeri çalışanı" olmaktan kaçınmayı tercih eder ve bir satış işine girer. Bu kesinlikle daha maceralıdır, çünkü bir satış işinde satış elemanlarına genellikle saat başına değil verimliliğe göre ödeme yapılır.

Binlerce satış elemanı tanıdım. Meslek yaşamım boyunca farkına vardığım yaygın bir tema var. Tipik bir satış elemanı, her şeyin mükemmel gittiği belli bir zaman dilimi yaşar. Bu dönemde dokunduğu her şey altına döner ve gerçekten güzel para kazanır.

t.me/cinciva

Satış elemanları, bu dönem gerçekleşir gerçekleşmez, hemen hemen her zaman hayat tarzlarını yeni gelir düzeylerine göre ayarlarlar. Yeni bir ev, yeni arabalar satın alır, çocuklarını daha iyi okullara gönderir, bir tatil evi edinirler. Bir müddet her şey şahanedir.

Sonra bir şeyler değişir.

Şirket ödeme planını değiştirir, hedef kitlesi küçülür, yeni bir rakibi ortaya çıkar, en iyi müşterisini kaybeder, ekonomide küçülme yaşanır, yeni teknoloji şirketin arzını daha az değerli hale getirir veya hükümet düzenlemeleri endüstriyi değiştirir. Bunlar sadece birkaç örnektir. Satış elemanının dünyasını daha karmaşık hale getirebilecek (ve muhtemelen de getirecek) daha yüzlerce başka neden vardır.

Bu olduğunda, oluşturdukları şaşaalı hayat tarzından dolayı artık haftada 40 saat çalışmak faturalarını ödemeye yetmez. Bu sebeple, haftada 50 saat çalışırlar. Sonra 60 saat, daha sonra 70. Ve özel hayatları daracık bir zamana sıkışır. Evet, malları mülkleri olur, fakat artık onların keyfini çıkaracak zamanları yoktur.

Satış mesleği için diğer zorluk ise, nasıl bir performans gösteriyorsa göstersin, satış elemanının her güne sıfırdan başlamasıdır. Bu tür bir baskı altında uzun süre yaşamak yorucu olabilir.

Bir satış işi faturalarınızı ödeyebilir mi? Elbette. Fakat bizim daha önce tasvir ettiğimiz "Mükemmel Meslek Hayatı"nı sağlar mı? Cevap yine hayırdır.

Geleneksel İş Kurma

Bazıları büyük hayalin peşinden gitmeyi tercih ederler; patron oldukları, talimatlar verip kendi sözlerini geçirdikleri

t.me/cinciva

kendi işlerini kurarlar. Bu heyecan verici bir fikir, öyle değil mi? Çoğu insan için ise gerçek şudur:

Birinci adım: Başlarken bütün birikimlerini kullanırlar, yeni borca girerler ve birçok kez arkadaşlarından, ailelerinden borç alırlar.

İkinci adım: Uzun süreli kiralamalar ve hemen hemen her yönde verilen kişisel garantilerle daha fazla borca girerler.

Üçüncü adım: İyi oldukları konuya odaklanmak yerine (satışta iyi oldukları için kendi işlerini kurmaya karar verdiler diyelim), insanlar için her şey olmaya çalışırlar. Hukuki konularda avukat, mali konularda muhasebeci, çalışan sorunlarında bebek bakıcısı, satın alma konularında ara bulucu, alacaklar konusunda tahsil şirketi gibi davranırlar. Neredeyse çöpleri bile onlar dışarı çıkarırlar. Esasen iyi oldukları konu olan satış haricinde HER ŞEYİ onlar yaparlar.

Dördüncü adım: Boğuşurlar. İşe sahip olacaklarına, iş onlara sahip olur. İşe ilk gelen onlar, son giden onlar olur. Herkes ödemesini aldıktan sonra, bırakın başta işi kurarken aldıkları borcu azaltmayı, kendi faturalarını ödeyebilecek kadar bir parayı ancak evlerine götürebilirler belki.

Beşinci adım: Başarırlar veya başarısız olurlar. Ya işin başarılı olduğu bir nokta yakalarlar ya da birçok kez iflas durumuna düşerek, bir şirket veya satış işine geri dönerek başarısız olurlar. Başarılı olsalar bile, bu genellikle uzun çalışma saatleri ve stresle geçen bir ömür anlamına gelir.

Kulağa çok romantik geliyor, değil mi? Eğer daha önce kendi işinizi kurmadıysanız, kuran arkadaşlarınıza bu tasvirin doğru olup olmadığını soruverin.

t.me/cinciva

Geleneksel bir iş kuran insanların çoğu yatırımlarının üstüne bir geri dönüş elde etmek ile ilgili bir endişe taşımazlar. İstedikleri sadece KENDİ yatırımlarının geri dönüşüdür. Oldukça açıktır ki geleneksel iş kurma, tasvir ettiğimiz "Mükemmel Meslek Hayatı"nı sağlayamaz.

Yatırımcı

Bugünün dünyasında geçim sağlama yollarının son kategorisi yatırımcı olmaktır. Peki, yatırımcı olabilmek için neye ihtiyacınız var? Paraya, öyle değil mi? Eğer çok paranız yoksa, özellikle de kayıp riskini azaltmak için ölçülü olmaya çalışıyorsanız, yatırımlarınızın getireceği dönüşten bir geçim sağlamanız oldukça zor olacaktır.

Fakat diyelim ki çok paranız var. Başarılı bir yatırımcı olabilmek için ihtiyaç duyacağınız sıradaki şey nedir? İnanılmaz derecede bir bilgi ve yeteneğe gereksinim duyarsınız. Yıllarca başarıyla emlak yatırımcılığı yapmış sayamayacağım kadar çok insan tanıyorum. Ancak, emlak piyasasında işler kökten değişince yetenekleri işe yaramadı. Çok para kaybettiler.

Birisinin geleneksel küçük ölçekli işine yatırım yapmak ister miydiniz? O zaman size bol şans. Çoğu durumda bir yatırımcı olamayacak, bir hayırsever olma ihtimaliniz daha yüksek olacaktır.

Borsaya ne dersiniz? İnsanlar borsada müthiş kazanıyor, öyle değil mi? Birkaçı, evet, müthiş kazanıyor, en azından zaman zaman. Fakat ben kazanandan daha fazla kaybeden insan tanıyorum, özellikle de geçtiğimiz on yılda. Kontrol sizde olmadığı zaman garantili geri dönüşler elde etmek çok zordur. İnanın bana, yatırımcı olduğunuzda kontrol sizde DEĞİLDİR. Her şey olabilir. Ve her şey bir anda olup bitebilir.

t.me/cinciva

Bu noktayı örneklendirmek için size şimdi bir hikâye anlatayım. 2001'in sonlarında çok rahat bir hayatım vardı. Kurucularından olduğum bir şirketi satmıştım ve çok yüksek bir ücretle danışman olarak çalışıyordum. Satıştan benim hakkıma düşen miktarla, yeni şirketin yaklaşık 170.000 hissesini aldım. Şirket New York Borsasında kamuya açık olarak işlem görmeye başladı ve bir hissesi yaklaşık 44 dolara satılıyordu, yani hisselerimin değeri yaklaşık 7,5 milyon dolardı. Büyük bir gelirim ve büyük bir portföyüm vardı. Hayat GÜZELDİ.

Hisselerimin bir kısmını, inşa ettiğim rüya evim için yaklaşık 2 milyon dolarlık bir ev inşaatı borcuna karşılık olarak ipotek ettirdim. Kalanını başka alanlara kaydırmadım, çünkü şirketin güzel bir ürünle ve müthiş bir satış gücüyle çok iyi durumda olduğunu biliyordum.

O sırada kontrolüm dışında bir şey oldu. Bir grup yatırımcı şirketimizi hedef alıp hisselerimize kısa devre yaptırdığı için, hisselerimizin adet değeri bir gecede 37 dolara düştü. Diğer bir deyişle, hisselerimizin değeri düştükçe onlar daha çok kazanacaktı.

Şirket iyi çalıştığı için bu durumu saçma buldum, bu sebeple mevcut hisselerimi teminat göstererek 37 dolardan biraz daha hisse aldım, zira hissenin değerleneceğini biliyordum. Hisse 33 dolara geriledi. Biraz daha alım yaptım. 27 dolara geriledi. Marj tamamlama talepleri almaya başladım; bu, eğer onlara para göndermezsem kayıplarını karşılamak için benim hisselerimi satmaya başlayacaklar demek oluyordu. Onlara gönderecek param yoktu.

Hisse senedi düşmeye devam etti. Adedi 10 dolara kadar düştü. Ve 7,5 milyon dolarım uçtu gitti. Püf! Hepsi 90 günden kısa bir zamanda oldu. Sonra hisse senedi nihayet geri dön-

t.me/cinciva

dü ve şirket hisse adet değeri 65 dolara özel statüye kavuştu. Ancak ben artık ondan yararlanabilecek durumda değildim. Tamamen tükenmiştim.

Daha akıllı davranabilir miydim acaba? Tabii ki. Hatalar yaptım mı? Kesinlikle. Fakat şu ders ortaya çıktı: Yatırımcı olacaksanız, işlerin zaman zaman sizin kontrolünüzden çıkabileceğini kabul etmek zorundasınız. Ve bu olduğunda size çok pahalıya mâl olabilir.

Böylece "Mükemmel Meslek Hayatı Listemiz"e geri dönelim. Yatırımcı olmak o listedeki özellikleri sağlayabilir mi? Hiç sanmıyorum.

Buraya kadar, mavi yakalı, beyaz yakalı işlerden, satış işleri, geleneksel iş kurma ve yatırımcılıktan söz ettik. Hiçbiri "Mükemmel Meslek Hayatı Listesi"ndeki özellikleri taşımıyor. Peki, "Mükemmel Meslek Hayatı" diye bir şey mümkün mü acaba? Cevap evettir, ancak bu noktaya gelebilmek için, her şeyin değişmekte olduğunu anlamak gerekir. Eski ödeme modelleri artık öldü veya ölüyor ve hayatlarımızdaki en büyük ekonomik değişim sürecinden geçiyoruz.

YENİ Ekonomi

Sizin bildiğiniz o dünya artık değişti. Bu gerçeği fark etmeyenler için zamanların en kötüsü yaşanacak, fark edenler için ise zamanların en iyisi...

Geçtiğimiz yüzyıl içinde ilginç bir olgu meydana geldi. Şirketin yükselişi her toplumda öne çıktı. İnsanların bir işyerinde bulunabilecekleri güvenilir ve saygın konum o işyerinin bir çalışanı olmak idi.

Birinci adım: Bir şirkette nasıl çalışan olunabileceğini öğrenmek için okula gidin.

t.me/cinciva

İkinci adım: Sizi işe alacak bir şirket bulun.

Üçüncü adım: O şirket için 40 yıl çalışın.

Dördüncü adım: Emekli olun.

Geçtiğimiz birkaç on yıldır, şirkete bağlılığınızın ve çalışkanlığınızın şirket tarafından ödüllendirileceği vaadinin bir şehir efsanesi olduğu ortaya çıktı. İnsanlar, şirketlerine gösterdikleri bağlılığın karşılığında şirketlerinden benzeri bir bağlılık görmediklerini anlamaya başladılar. Bu nedenle, farklı bir süreç gelişti.

Birinci adım: Bir şirkette nasıl çalışan olunabileceğini öğrenmek için okula gidin.

İkinci adım: Sizi işe alacak bir şirket bulun.

Üçüncü adım: İş yaşamınız boyunca her üç-beş yıl içinde, çeşitli politik ve ekonomik sebeplerden dolayı şirketinizi değiştirin.

Dördüncü adım: 40 yıldan sonra rahat şartlarda emekli olamadığınızı görün ve çalışmaya devam edin.

Şimdi hayatlarımızdaki en büyük değişikliği yaşıyoruz. Şirketler yüz yıldır çalışanlarına saat başı, haftalık veya yıllık olarak ödeme yaptı. Bu durum artık tüm dünyada değişiyor.

Dünya performans ekonomisine doğru ilerliyor. Çoktan uygulanmaya başlandı bile. Bu, şu anlama geliyor: Gelecekte size sadece gösterdiğiniz performansa göre ödeme yapılacak. Bundan sonra çalıştığınız zamana göre ücret alamayacaksınız. Gıda endüstrisindeki garsonlar, çoktan bu modele tabi olarak yaşıyorlar. Kanunen zorunlu olarak saat başına çok düşük bir ücret alıyorlar ve geçimlerini performansa bağlı olarak verilen bahşişlerle sağlıyorlar.

t.me/cinciva

Eğer aynı modelin dünyadaki hemen hemen her işe uygulandığını hayal edebilirseniz, sizi neyin beklediğini göreceksiniz. Bir oteldeki odaları temizleyen kişi artık saat başına ücret almayacak, kendisine temizlediği her bir oda başına ödeme yapılacak.

Ofis çalışanları için bir örnek vereyim.

Birisi yılda 60 bin dolar ücret alıyor.

Birinci adım: Şirket ücretini 50 bin dolar gibi bir miktara indirecek, çünkü günümüz piyasasında aynı işi daha düşük bir ücretle yapacak başka insanlar var.

İkinci adım: "Taban" ücretini yıllık 20 bin dolar gibi bir rakama kadar düşürecekler.

Üçüncü adım: O kişiye, aylık bazda bazı performans ölçütlerine uyduğu takdirde yılda 30 bin dolarlık ek bir ücret alabileceğini söyleyecekler.

Diğer bir deyişle, eğer çalışan şirketin rakamlarına ulaşabilirse ayda 2500 dolar ek gelir elde edebilecektir. Çalışanın üzerinde artık baskı vardır ve bu şirketin hoşuna gitmektedir. Şayet onların söylediği rakamlara ulaşamazsanız, daha kazançlı hale bile gelebilecekler. Eğer ULAŞABİLİRSENİZ, gelecekte sizi neler bekliyor, bir tahmin edin. Performans ölçütlerinizi yükseltecekler.

Son derece uzmanlaşmış değilseniz ve bu durum henüz başınıza gelmemişse muhakkak gelecektir. İnanın buna, dünya üzerindeki her bir işte olacaktır bu. Evrim başladı.

Peki, bu niye oluyor? Bir kere, şirket için daha iyi bir model. Daha az masrafla daha iyi sonuçlar elde edecekler. İkinci olarak, Yeni Ekonomi daha az insana ihtiyaç duyuyor; böy-

t.me/cinciva

lece şirket karşısında daha da az sayıda iş için yarışan daha fazla insan buluyor.

Yeni Ekonomi niye daha az insana ihtiyaç duyuyor, şöyle açıklayayım: Katlanarak gelişen teknoloji her şeyi değiştirdi. Yüz yılı aşkın bir süre önce, nüfusun % 90'ı tarım alanında çalışıyordu. Bugünse yüksek verimlilik sağlayan yeni yöntemlerden dolayı, %1'den az bir kesim tarımda çalışıyor ve tarım işleri sona erdi.

Görevlilerle konuştuğunuz o müşteri hizmetleri çağrı merkezlerini hatırlıyor musunuz? Bugün bir makineyle konuşuyorsunuz ve o çağrı merkezindeki işler sona erdi. Şirketlerin büyük miktarda satış elemanına sahip olduğu zamanları hatırlıyor musunuz? Artık insanlar internetten sipariş veriyorlar ve o satış işleri bitti. Kapalı gişe oynayan film gösterimlerini ve oralarda çalışanları hatırlıyor musunuz? Şimdiyse insanlar filmleri ellerinde tutukları çeşitli cihazlarla seyrediyorlar ve o işler bitti. Kitaplara bayılırım, ama hâlâ fırsat varken çevrenizdeki bir kitapçıya gidin. Yakında kitapçılar da tarih olacak, o dükkânlardaki işler de öyle...

Dünyadaki hemen hemen her iş kolundan örneklerle böyle devem edebilirim. Teknoloji ve verimlilik her geçen gün iş fırsatlarını ortadan kaldırıyor ve bu gidişatı durdurabilmek için yapabileceğimiz bir şey yok. Aslında, gittikçe de hızlanacak bu gidişat. Eğer oturmuş, ekonominin eski düzenine geri dönmesini ve işlerin geri gelmesini bekliyorsanız, hiç beklemeyin. Geri gelmeyecek.

Tıpkı çiftçi çocuklarının geleceği görüp yeni işler için çiftçiliği bıraktığı gibi, aynı şey şimdi Eski Ekonomi düzeninin işlerinde çalışanlara oluyor. Yaşamlarını sürdürebilmek için, gözlerini bu gerçeğe dört açmalılar ve yeni bir şey bulmalılar.

t.me/cinciva

Ağ Pazarlamacılığı DAHA İYİ

Sadece yaşamı sürdürebilmek için değil, Yeni Ekonomi içinde gelişip büyüyebilmek için de bildiğim en iyi yol Ağ Pazarlamacılığıdır. Bugün dünyada ihtiyaç sahibi insanlara tanıtımı yapılması gereken önemli ürün ve hizmetler var. Tüketicilerin hâlâ eğitilmesi gerekli.

Şirketlerin önünde seçenekler vardır. Seslerini duyurmak için çeşitli kanalları olan reklam dünyasına dalabilirler, ürünlerini veya hizmetlerini satacak büyük ve çok masraflı bir satış gücü oluşturabilirler veya kendi hikâyelerini dünyaya anlatmak üzere Ağ Pazarlamacılığından yararlanabilirler.

Gittikçe daha fazla sayıda şirket Ağ Pazarlamacılığını kullanmayı seçecek, çünkü Ağ Pazarlamacılığı Yeni Ekonomi düzenine çok uygun. Şirkete ait tüm olanakları sunabilir ve distribütörlere ürünlerini tanıtmaları için salt performansa dayalı bir yöntemle ödeme yapabilirler. Bu son derece etkili olur, çünkü Yeni Ekonomide ağızdan, sözlü tanıtım diğer bütün tanıtım yöntemlerinden daha çok faydalı olmaya devam edecektir. Şirket böylece reklam ve tanıtıma harcayacağı parayı muhafaza edebilir ve bu parayı kendisini tanıtacak, anlatacak olan distribütörlerine ödeyebilir.

Bunun girişimci olarak sizin için anlamı şudur: Geleneksel iş sahipliğinin kendine özgü riskleri olmaksızın bütün avantajlarından yararlanabilirsiniz. Ayrıca, gelirinizde bir üst sınır olmayacaktır, çünkü Ağ Pazarlamacılığı şirketleri sizden mümkün olduğu kadar çok kazanmanızı İSTEYECEKTİR. Her halükarda performansınıza göre ücretlendirilecekseniz, üst sınırınız niye olsun ki?

Ağ Pazarlamacılığındaki "Gizli Zorluk"

Bütün bunlar çok güzel geliyor kulağa. Gerçekten de öyle. Ancak çoğu kimsenin size söylemeyeceği bir zorluk vardır:

t.me/cinciva

Bilgisiz insanların saygısını geçici bir süreliğine kaybetmeyi kabullenmelisiniz.

Bu demektir ki bir süreliğine, hâlâ eski sistemde yaşayan, eski sistemde iş görmeye çalışan insanlar sizi küçümseyecekler. Sizi anlamayacaklar. Ağ Pazarlamacılığıyla uğraştığınız için sizi akılsız olarak değerlendirecekler.

Aslında, "kabullenmek" ifadesi tamamen doğru değildir. Bundan daha fazlasını yapmalısınız. Bilgisizlerin saygısını geçici bir süreliğine kaybetmeyi *kucaklamalısınız*. SİZ geleceği herkesten önce görüyorsunuz. Akıllı olan SİZSİNİZ. Daha güzel bir yaşam için eyleme geçen SİZSİNİZ.

İnsanların sizi küçümsemesinin bir nedeni var ve bu neden onların sadece eski sistemde sıkışıp kalmış olmaları değil. Bu konuyu daha iyi anlamanıza biraz yardımcı olmaya çalışayım; çünkü Ağ Pazarlamacılığını meslek olarak yapmaya karar verirseniz, bunu bilmek önemlidir.

Çoğu insan bir Ağ Pazarlamacılığına ya bizzat dâhil olmuştur veya bir Ağ Pazarlamacılığına dâhil olmuş birisini tanıyordur. Ağ Pazarlamacılığıyla uğraşmaya karar veren hemen hemen herkesin aklından geçen şudur: "Hımm, bu işi yapabilecek beş, altı kişi düşünebiliyorum! Kız kardeşim müthiş yapar! Arkadaşım bu tür şeylere bayılır. Bu işe müthiş uyacak başka birini daha tanıyorum! Tamamdır, katılacağım."

Diğer bir deyişle, insanlar bir mesleğe giriş yapmıyorlar. Sadece şanslı olmayı, başlangıç masraflarını çıkarmalarını sağlayacak birkaç kişiyi listelerine eklemeyi ve arkaya yaslanıp paraların kendilerine akmasını ümit ediyorlar. Başkalarının çabaları üzerinden ücretlendirilmenin cazibesi kuvvetlidir, fakat genellikle çok yanlış anlaşılıyor.

t.me/cinciva

Bu bakış açısıyla insanlar gerçek bir iş yaşamına başlamamışlardır. Sadece üzerine aşırı bir anlam yüklenmiş bir piyango bileti satın almışlardır. Bir piyango bileti getirin gözünüzün önüne. Bu altı numara, yeni başlayan kişinin grubuna kesinlikle katılacağını düşündüğü kişileri temsil eder. Bu kişilere yaklaşıp onların katılımlarını sağlamaya çalışırlar. Beceri eksikliklerinden dolayı, piyango biletinde olduğu gibi, çoğu kez elleri boş kalır. Bu da yeni bir kaçırılmış fırsata dönüşür; hem beceriksiz hem de cehaletle davrandıkları için, bazı arkadaşlıklarına zarar vermiş olmaları da muhtemeldir.

Böylece biletlerini yırtıp atarlar ve iş yaşamlarına gerçekten başlamamış olmalarının sorumluluğunu üstlenmek yerine, Ağ Pazarlamacılığını suçlar ve etraflarına şöyle derler: "Bakın, katıldım. Yaptım. Tanıdığım herkesle konuştum, ama Ağ Pazarlamacılığı hiç işe yaramıyor. Paranıza sahip çıkın."

İşte, bu işi meslek olarak yapmayı seçerseniz, uğraşmanız gerekecek şey BUDUR: İşi doğru yaptığını fakat bunun sonuç vermediğine inanan bilgisiz insanların düşünceleri. Eğer bu durum sizin için üstesinden gelinemeyecek kadar zorsa, o vakit Ağ Pazarlamacılığı size göre değildir. Fakat bu durumu kucaklayabilirseniz, dünya ayaklarınızın altına serilir.

Bu durumu kabul edenler BÜYÜK paralar kazanır. Şirketler, kör insanların gözlerini açabilen, bilgisizleri eğitebilen ve benzer düşünceleri paylaşan bir topluluk yaratabilen kişilere sınırsız miktarlar ödeyecektir.

Bazıları "Algı gerçekliktir" sözünü severler. Ben ise nefret ederim bu laftan. Dünyadaki bütün büyük liderler yüzyıllardır bu sözü umursamamıştır. Nelson Mandela algı gerçekliktir deseydi ne olurdu? Martin Luther King algı gerçekliktir deseydi ne olurdu? Steve Jobs algı gerçekliktir deseydi ne

t.me/cinciva

olurdu? Dünyanın büyük liderleri, "Gerçeklik gerçekliktir; insanların bu gerçeği anlaması için mümkün olan her şeyi yapacağım" dediler.

Gerçek şu ki, Ağ Pazarlamacılığı mükemmel değildir. Sadece DAHA İYİDİR. Ve bu bir gerçekliktir!

t.me/cinciva

İkinci Bölüm

Ağ Pazarlamacılığıyla Uğraşacaksanız Bu Mesleğin Profesyoneli Olmaya Karar Verin

Ağ Pazarlamacılığında üç grup insan vardır. Ben bu üç grubu hem gördüm, hem de bu üç gruptaki insanlardan biri oldum: Gösterişçiler, Amatörler, Profesyoneller.

Gösterişçiler

Gösterişçiler bu mesleğe bir piyango biletiymiş gibi davranırlar. Mümkün olan en az çabayla en büyük kazancı yakalamayı ümit ederler. İlk başladığımda ben de babamın ve iş ortağının sırtından geçinmeyi ümit eden bir gösterişçiydim. Şanslıydım ki bu biraz sonuç verdi ve en azından kısa vadede devam edebildim. Ancak, sanırım siz de benim gibi düşünüyorsunuzdur, gösterişçi grubunda kalmak kötü bir fikir. 90 gün içinde bu gruptan çıkıp Amatör oldum.

Amatörler

Amatörler farklı şeylere odaklanırlar. Benim bir amatör olarak odaklanmaya devam ettiğim şeylerden biri şanstı. Şan-

t.me/cinciva

sımın dönmesini ve beni zengin edecek o canavar distribütörü bulmayı gerçekten ümit ediyordum. Tek bir kişinin katılımıyla yaşamları tamamen değişmiş insanların hikâyelerini hepimiz duymuşuzdur. Gerçekte bu hikâyelerin bazıları doğru bile olsa, bu durum mesleğimize çok fayda sağlamaz, çünkü insanların vakitlerini o büyük ikramiyeyi ümit etmekle geçirmelerine neden olur.

Bir amatör olarak odaklandığım ikinci şey ise zamanlamaydı. Zamanlama konusunda hep endişe içindeydim. Yeterince erken bir vakitte mi katılmış mıydım acaba? Şirketteki en üst düzey kişiler arasında en genci olabilir miydim? Benim yerel piyasamda hâlihazırda başka kaç tane lider bulunmaktaydı? Rekabet edilecek haddinden fazla lider var mıydı? Doğru momentumu sağlamak için yeterli sayıdalar mıydı? Şirket nasıldı? Aşırı derecede büyük müydü? Büyüme eğrisini kaçırmış mıydım? Yoksa aşırı küçük müydü? Zamanlama fikri bende bir saplantı haline gelmişti.

Bir amatör olarak odaklandığım üçüncü şey konumlanma idi. Doğru grubun içinde miydim acaba? Diğer insanlar benden daha iyi bir konumdalar mıydı? Belki de benim üst listem çok iyi değildi. Başka bir yerde daha mı iyi olurdum?

Bir amatör olarak odaklandığım dördüncü şey kısa yollardı. Hep yeni bir bakış açısı arıyordum. Bu yolda karşıma çıkan ne kadar cazip şey varsa, hemen üstüne atlıyordum. Gazete reklamı vermek? Tamamdır. Yol kenarına "yardım isteniyor" tabelaları koymak mı? Tamam, gidip tabela koyalım. Alışveriş merkezinde el reklamları mı dağıtsak? Ben varım. Kapı kapı dolaşmak mı? Hadi deneyelim. Ben amatörken internet yoktu. Eğer olsaydı, kendi dikkatimi dağıtacak ne ka-

t.me/cinciva

dar çok internet stratejisi kullanırdım artık siz tahayyül edin. Bu, o kısa yolu, kestirmeyi bulabilmek için dünyanın herhangi bir yerinde herhangi birisinin parlak yeni bir yaklaşımını duyduğumda onu hemen eşelemem demekti.

Ve nihayet Profesyonel Olmak gerektiği kararına vardım.

Profesyonel sözcüğünün Wikipedia'daki tanımı şöyledir: "Uzmanlık gerektiren bir görevler silsilesini üzerine alan ve bu görevleri bir ücret karşılığında yerine getiren kişi." Benim Ağ Pazarlamacılığı Profesyoneli tanımım ise, "büyük ve başarılı bir Ağ Pazarlamacılığı organizasyonu kurmak için gereken beceriler konusunda uzman bir kişi"dir.

Bizim mesleğimizde yarardan çok zarar getiren bir söz vardır, şöyle der: "Ateşli bir bilgisizlik buzdan bir bilgiden yeğdir." Bu söz, bilgisiz fakat heyecanlı olmak, bilgili fakat heyecansız olmaktan iyidir" anlamına gelir. Bu doğru olabilir ama niye birinden birini seçmek zorunda olalım ki?

Size bir örnek vereyim. Diyelim ki bir ameliyat olmanız gerekiyor. Hastanede doktorunuzla tanışıyorsunuz. Size gelip şöyle diyor: "Ameliyatınızı yapacak olmaktan çok heyecan duyuyorum. O kadar istiyorum ki bunu, bütün gece gözüme uyku girmedi. Dünya üzerindeki hiç kimse bunu benden daha çok isteyemez." Siz de şöyle söylüyorsunuz: "Vay be, teşekkürler, doktor. Peki, siz bu tür ameliyatları kaç yıldır yapıyorsunuz?" O da diyor ki: "Bu tür ameliyatlarla ilgili hiçbir eğitimim yok, bu konuda bir çalışmışlığım yok, böyle bir ameliyatı daha önce hiç yapmadım. Fakat bunların hiçbir önemi yok, çünkü çok istekliyim!" Kendiniz nasıl hissedersiniz? Heyecan müthiştir, fakat sonuçta bu heyecanı beceriyle birleştirmeniz gerekir.

t.me/cinciva

Profesyonel sporcular yarışmalara hazırlanmak için bitmek tükenmek bilmeyen saatler harcarlar, ancak bir Ağ Pazarlamacılığına katıldıklarında bizim becerilerimizi öğrenmek için bir günlük çaba dahi göstermezler. Doktorlar, büyük mali masrafına rağmen yaşamlarının yirmi yıllarını bu uğurda harcarlar, fakat Ağ Pazarlamacılığına katıldıklarında bir Ağ Pazarlamacılığı Profesyoneli olmak için bir aylık bir inceleme ve pratik bile yapmazlar.

Outliers başlıklı kitabında Malcolm Gladwell'in araştırması, herhangi bir konuda uzmanlaşmak için yaklaşık 10.000 saatlik bir çalışma gerektiğini göstermiştir. Günde dört saatlik bir çalışmayla bu süre yaklaşık yedi yıla karşılık gelir. Bu formül Ağ Pazarlamacılığına da uymaktadır. Dünya çapında olabilmeniz yaklaşık yedi yıl alacaktır. İyi haber şu ki, bu meslek çok bağışlayıcıdır ve siz henüz uzmanlaşırken dahi çok para kazanabilirsiniz. Burada işin püf noktası, "Ben oldum artık" dememektir; para kazanırken öğrenmeye son vermeyin.

Profesyonel Olma kararını verdiğimde benim için her şey değişti. Şans, zamanlama, konumlanma ve kestirme yollara odaklanmaktan vazgeçtim. Paraya dahi odaklanmayı bıraktım. Becerilere odaklandığımda ve bu becerileri geliştirene kadar çalışmak, çalışmak, çalışmak gerektiğine kendimi adayınca dünyam değişti.

Profesyonel Olmaya karar verince bir şey daha oldu. Bir anda, grubum büyümeye başladı. Sanki insanlar odağımın değiştiğini, mükemmelliğe adanmışlığımı sezmişlerdi de bunun bir parçası olmak istiyorlardı. Mükemmelliğe adanmış bir kişinin etrafında toplandığınız bir zamanı hatırlayın ha-

t.me/cinciva

yatınızda. Bu bir öğretmen, teknik direktör, patron veya arkadaş olabilir. Bu durum kendinizi nasıl hissettirmişti? İlham vericiydi, öyle değil mi? İşte siz de bu önemli değişikliği yaptığınızda diğer insanlara bir ilham kaynağı olacağınızı göreceksiniz.

Sözün özü: Bu şahane mesleğin içinde yer alacaksanız, onu doğru yapmaya karar verin ve ona bir meslek olarak davranın. Eğer bu Mesleğin Profesyoneli olursanız, bu iş muhteşemdir. Şayet Gösterişçi veya Amatör kalırsanız, çok mutsuz olacaksınız.

Şimdiye kadar, "meslek" sözcüğünü çok kullandığımı fark etmişsinizdir. Bunu kasten yapıyorum. Ağ Pazarlamacılığı, sadece bir projenin çok ötesinde. Bir endüstri değil. Bu bir meslek. Eğer onu doğru icra ederseniz, gerçek anlamda bir kariyer seçeneğidir. Sizi mutlu etmeyen bir iş yerinde çalışmaktan alıp, tümüyle özgür bir ortama taşıyabilir.

İşte bu yüzden ben internet siteme Network Marketing Pro (Ağ Pazarlama Profesyoneli) adını verdim. Her gün insanlara şunu söylüyorum: "Baylar, bayanlar, sizin için dileğim, bir Ağ Pazarlama Profesyoneli olmaya yani bu mesleğin Profesyoneli Olmaya karar vermenizdir, çünkü Ağ Pazarlamacılığının daha iyi bir yöntem olduğu buz gibi gerçektir. Şimdi gidip bunu dünyaya anlatalım."

İnternet sitemiz 11 Mart 2009 tarihinde açıldığı zaman, çok az sayıda insan kendisine Ağ Pazarlama Profesyoneli diyordu. Artık durum böyle değil. Milyonlarca insan, işimiz hakkındaki düşünce tarzını değiştirdi ve ben bu gerçekle gurur duyuyorum.

İnsanların şu cümleleri artık yaygın olarak duyduğu günü görmeyi dört gözle bekliyorum:

t.me/cinciva

Ben doktorum, ama aynı zamanda bir Ağ Pazarlama Profesyoneliyim.

Ben inşaat sektöründe çalışıyorum, ama aynı zamanda bir Ağ Pazarlama Profesyoneliyim.

Ben sporcuyum, ama aynı zamanda bir Ağ Pazarlama Profesyoneliyim.

İnsanlar bu cümleleri daha çok duydukça, dünya *daha iyi bir yöntem* için daha hazır hale gelecek.

t.me/cinciva

Üçüncü Bölüm

Her Meslekte Olduğu Gibi, Bazı Beceriler Edinmeniz Gerekecek

Umarım, buraya kadar Ağ Pazarlamacılığının daha iyi bir yöntem olduğuna sizi inandırmada başarılı olabilmişimdir. Umarım, eğer bu işe girişecekseniz, sizin için en iyisinin bu meslekte profesyonelleşmek olduğunu anlatabilmişimdir. Sıradaki adım ise bazı beceriler edinmek gerektiğinin farkına varmaktır. O becerilere gelmeden önce, size güzel bir haber vereyim.

Çoğu mesleğin tersine, eğitiminiz için öyle çok paraya ihtiyacınız olmayacaktır. Öğrenci kredisi almanıza gerek kalmayacak ve öğrenirken aynı zamanda para da kazanabileceksiniz. Ayrıca, bu meslek yanlı değildir. Aslında, yeryüzündeki en eşitlikçi fırsattır. Geçmişiniz, tecrübeniz, çevrenizin geniş olup olmaması, yaşınız, ırkınız veya cinsiyetiniz Mesleğin Profesyoneli Olmanız için gerekli becerileri öğrenme kabiliyetinizi etkileyen faktörler olmayacaktır.

Ve en nihayetinde, bu öğrenme karmaşık değildir. Büyük ve başarılı bir iş oluşturmak için gerekli beceriler son derece

t.me/cinciva

öğrenilebilirdir ve etrafınızda öğrenmenize yardımcı olacak, mali bakımdan motive olmuş şaşırtıcı sayıda insan bulacaksınız.

Ağ Pazarlamacılığı işinin üç temel öğesi vardır:

1 İlk olarak, şirketin ürünlerine sahipsiniz. Eğer bazıları o ürünleri pazarlamada başarılı oluyor da, siz olamıyorsanız, hata üründe değildir. Diğer bir deyişle, şirketinizdeki herkes halka sunmak için aynı ürünlere sahiptir.

2 İkinci olarak, şirketin ödeme planına tâbisinizdir. Eğer bazı insanlar çok para kazanıyorsa, siz kazanamıyorsanız, bu ödeme planının hatası değildir. Erkekler için ayrı, kadınlar için ayrı bir plan yoktur. Farklı yaş grupları veya farklı eğitimsel geçmişler veya farklı deri rengi için ayrı ayrı planlar yoktur. Ödeme planı herkes için aynıdır.

3 Üçüncü öğe en önemlisidir ve bu öğe SİZSİNİZ. Bu durumda tek değişken gerçekten siz kendinizsinizdir. Herkeste aynı ürün ve herkes için aynı ödeme planı bulunmaktadır; fakat başarıyla başarısızlığın arasındaki farkı siz belirlersiniz.

Bu demektir ki tam da burada ve tam da şu anda Ağ Pazarlamacılığı işinizin tüm sorumluluğunu sizin üstlenmeniz gerekir. Hemen bugün, sonuçsuz çabalarınız için başka hiç kimseyi, hiçbir şeyi suçlamama kararı alın.

Aslında Ağ Pazarlamacılığında yapılan yaygın bir hata var. İnsanlar yaşadıkları bütün problemlerden dolayı üst gruplarını (yapı içerisinde kendisinden üst konumda olanları) suçlamaya, tek kelimeyle, bayılıyorlar: "Şayet benim üst grubum bana şunu yapsaydı, bunu yapsaydı, her şey daha güzel olurdu."

t.me/cinciva

Eğer kendinizi büyük ve başarılı bir organizasyon kurmaya adadıysanız, sizi önemli bir şey yapmaya teşvik etmek isterim. Üst grubunuzu arayın ve onlarla vedalaşın. Örneğin, şöyle bir şey söyleyebilirsiniz:

"Bana sağladığınız bu fırsat için size teşekkür ederim. İnandığınız ve artık benim de inandığım bir şirkete girmemi sağladınız. Ancak, kendi organizasyonumu kurma aşamasına geldiğim şu andan itibaren, sizden kaynak olarak yararlanacak ama sizi asla bir mazeret olarak kullanmayacağım. Zaman zaman sizi ziyaret etmek isterim, ulaşabilirsem harika olur, ulaşamazsam da sorun değil. Artık kendi işimi kuruyorum ve şunu biliyorum ki, benim işim benimle başlıyor ve benimle bitiyor."

Ağ Pazarlamacılığındaki meslek hayatınızın sorumluluğunu tam olarak üstlendiğinizde her şey değişir.

Ağ Pazarlamacılığında kendinize kocaman bir iş kurabilmeniz için sadece yedi temel beceriye ihtiyaç duyduğunuzu bilmek size şaşırtıcı geliyor mu? 7, 70 değil. Her biri oldukça basit, fakat insanların bu becerileri öğrenmek için ne kadar az çaba sarf ettiklerini görmek beni hep şaşırtıyor. Şayet bir kolejde Ağ Pazarlamacılığı üzerine dersler verilseydi, beceriler konusu alınacak derslerin en kolaylarından biri olurdu. Füze biliminden bahsetmiyoruz ama bunun dünyada getirisi en yüksek beceri gruplarından biri olduğunu bilmekten mutlu olacaksınız.

Haydi, şimdi bu becerilerin her birini birlikte inceleyelim.

t.me/cinciva

Dördüncü Bölüm

Beceri # 1
Muhtemel Katılımcılar Bulmak

İnsanlar Ağ Pazarlamacılığını düşündüğünde en öncelikli sorularından biri "Ben kimseyi tanıyor muyum?" olur. Eğer çok insan tanıyorlarsa çok başarılı olacaklarına; eğer çok insan tanımıyorlarsa şansları olmayacağına inanırlar. Bu kulağa mantıklı gelse de DOĞRU DEĞİLDİR.

İkinci Bölümde söylediğim gibi, Ağ Pazarlamacılığında üç grup insan vardır: gösterişçiler, amatörler ve profesyoneller. Muhtemel katılımcılar bulma konusuna gelince, gösterişçiler zihinlerinde, gruplarına katılmalarını ümit ettikleri üç, dört veya beş kişilik bir liste oluşturur ve bütün geleceklerini bu birkaç kişiye bağlarlar. Şayet bu kişilerden birini gruplarına dâhil edecek kadar şanslılarsa, iş hayatlarını kısa bir süreliğine uzatırlar. Hatta üç dört kişilik yeni bir zihinsel liste dahi yapabilirler. İyi tarafından bakarsak, nihayetinde gösterişçi olmaktan vazgeçip amatörler sınıfına yükselirler.

Ağ Pazarlamacılığına katılan tüm insanların % 80'inin kendi organizasyonunu oluşturma işine gösterişçi kategorisinde yaklaştığını söylersem, sizi şaşırtmış olur muyum? Bu doğru-

t.me/cinciva

dur. 10 distribütörden 8'i işlerine önce gösterişçi zihniyetiyle yaklaşırlar. Zihinlerinde küçük bir liste yapar ve olacakları gözlemlerler. Gerekli becerileri geliştirme yoluna hiç gitmezler. Sizin yapmanız gereken ise, onlardan biri olmadığınızdan emin olmak ve grubunuzun da onlardan olmadıklarına emin olmalarına yardımcı olmaktır. İnsanları eğitin. Onlara, saygı gösterdikleri takdirde bu fırsatın ne kadar güçlü olabileceğini anlamalarında yardımcı olun. Gösterişçiler için tek gerçek ihtimal şans faktörüdür ve o şans faktörü de ne kadar çabuk devreye girerse o kadar iyi olacaktır.

İkinci grup, amatörlerdir. Bu insanlar, zihinsel bir liste yerine yazılı bir liste yaparlar ki bu doğru yolda atılan bir adımdır. Diyelim, 100 muhtemel katılımcı içeren bir liste yaparlar ve bu listeye heyecanla ancak becerilerini pek de geliştirmeden atılırlar. Muhtemel katılımcılarını gruplarına dâhil etmeye çalışırlar; listeleri gittikçe küçülür. Listeleri küçüldükçe endişe düzeyleri artar da artar. En büyük korkuları, etraflarında konuşacak insan bulamamak olur. Bunu biliyorum, çünkü benim de en büyük korkumdu.

Yirmili yaşlarımın başlarında, elimdeki liste böbürlenilecek kadar güzel değildi. Daha önce de söylediğim gibi, başlangıçta ailemin tanıdıklarını kullanmaya çalıştım ve listemdeki isimlerimin tükenmesi çok uzun sürmedi. Kısa bir süre içinde kendi dünyamdaki herkes ne yaptığımı öğrenmiş ve evet ya da hayır cevabı vermişti. Korkutucuydu. Eğer listemden önemli olabilecek bazı insanları grubuma ekleyemezsem, hatta hemen ekleyemezsem bu işte başarısız olacağım diye düşündüm.

Muhtemel katılımcı listesine eklenecek kaliteli insanları bulmanın bir beceri olduğu daha önceleri hiç aklıma gelme-

t.me/cinciva

mişti. Meslek hayatımdaki bu noktaya kadar, "listemi" zenginliğe götürecek bilet olarak gördüm hep. Eğer iyi bir listeniz varsa başarılı olurdunuz; kötü bir listeniz varsa ya şanslı olmanız gerekirdi ya da başarısız olurdunuz.

Bir dönüm noktasına gelip de bu mesleğin bir profesyoneli olmaya karar verdiğimde, büyük ve başarılı organizasyonlar, yani gruplar kurmuş insanları incelemeye başladım. Profesyonellerin, konuşacak insanlar bulmaya en temel becerilerinden biri olarak yaklaştığını gördüm. Yeni insanlar bulmak işlerinin bir parçasıydı. Şansla ilgilenmiyorlardı. Listelerindeki insanların bitmesinden endişe etmiyorlardı. Böyle bir şeyin asla olmamasını sağlayacak beceriyi geliştirmişlerdi. Profesyoneller yazılı bir listeyle başlıyorlardı. Fakat daha sonra listelerine sürekli ekleme yapmayı bir alışkanlık haline getiriyor ve bu alışkanlığa sıkı sıkıya bağlı kalıyorlardı. "Aktif Aday Listesi" diye bir şey oluşturuyorlardı; şimdi size bunu nasıl yaptıklarını göstereceğim.

Bana bunun nasıl güzelce yapılabileceğini öğreten insanlardan biri, *How to Swim with the Sharks Without Being Eaten Alive*(Canlı Canlı Yenmeden Köpek Balıklarıyla Birlikte Nasıl Yüzülür?)[1] başlıklı, en çok satanlar arasına giren büyük eserin yazarı Harvey Mackay'dır. Harvey iyi bir arkadaştır ve dünyadaki en iyi ağ uzmanlarından biridir. Bir keresinde ona böylesine büyük ve etkin bir arkadaş listesini nasıl oluşturduğunu sormuştum. O da bana babasının onu 18 yaşındayken karşısına oturtup, "Harvey, bugünden başlayarak ve bütün hayatın boyunca, tanıştığın her insanın ismini yazmanı, iletişim bilgilerini öğrenmeni ve onlarla bağlantıda kalmanı sağlayacak yaratıcı bir yol bulmanı istiyorum" demiş. Harvey

[1] E.N. Türkçeye Köpek Balıklarıyla Yüzmek ismiyle çevrilmiştir.

t.me/cinciva

bunu 60 yılı aşkın bir süre yapmış ve bugün arkadaş listesi 12.000 kişiden fazla bir toplama sahip. Ayrıca, bu kişiler sadece sosyal medya arkadaşları değil, gerçek arkadaşlar ve ben de onlardan biri olmakla kendimi şanslı addediyorum.

Bu beceriyi edinmek istiyorsanız, şu dört basit adımı takip edin:

1 **Birinci Adım:** Mümkün olduğu kadar kapsayıcı bir liste yapın. Aklınıza gelen herkesi dâhil edin, ama HERKESİ. Muhtemel katılımcı mıdırlar, değil midirler diye hiç düşünmeden. Veri tabanınız sizin en önemli varlıklarınızdan biri olacaktır. Liste için herkes uygundur. Olumsuz bakıyorlarsa, onları yine de listenize koyun. Onlardan nefret ediyorsanız, yine listenize koyun. En iyi arkadaşınızsa listenize ekleyin. "Ağ Pazarlamacılığına asla girmeyeceğim" demiş olsalar dahi, yine de listenize koyun. 98 yaşında olsalar da, 18'lerinde olsalar da siz listenize koyun.

Bunu yapmak önemlidir, çünkü siz aklınızı kâğıt üzerine döktükçe, aklınızda yeni tanıdıklara yer açılacaktır. Yeğeninizi yazınca, onun çevresindeki insanları düşünmeye başlayacaksınız. Listenizi daha kapsayıcı hale getirdikçe, bütün bu bağlantılar sizin için daha belirgin hale gelecektir. Her şeyi düşünün; şimdiye kadar dâhil olduğunuz her bir organizasyonu, bir parçası olduğunuz her bir grubu, yapmış olduğunuz her şeyi.

Listenizdeki herkesi grubunuza davet etmek zorunda değilsiniz. Bu size bağlı. Ancak, ağınızı kâğıt üzerinde gerçekten yakalayabilmek için bunu yapmak son derece önemlidir.

2 **İkinci Adım:** Dünyadaki herhangi bir insandan sadece altı tanıdık ötede olduğumuz fikrini duymuş muydunuz? Altı derecelik bir uzaklık? Bu bir efsane mi, yoksa

t.me/cinciva

gerçek mi, bilemiyorum fakat buna inanıyorum. İkinci adımda, listenize bakın, onların tanıdığı insanları yani ikinci dereceden uzakları düşünün. İhtimal odur ki onların çoğunu siz de tanıyacaksınız.

Aile mensuplarınızı düşünün. Onlar kimleri tanıyorlar? Onları da listenize ekleyin. Arkadaşlarınızı düşünün. Onlar kimleri tanıyorlar? Onları da listenize ekleyin. Hayatınızda ilişkide olduğunuz tüm insanları düşünün. Onlar kimleri tanıyorlar? Onları da listenize ekleyin. Bu listeyi ne yapacağınız konusunda endişeye kapılmayın henüz. Biraz sonra bu konudan konuşacağız. Sadece listenizi oluşturmaya devam edin.

3 **Üçüncü Adım:** Listenizi sürekli genişletin. Profesyoneller bu yüzden buna "Aktif Aday Listesi" diyorlar. Büyümesi asla durmaz. Profesyoneller listelerine her yeni gün en azından iki kişiyi ekleme amacındadırlar. Bu kişileri gruplarına davet etmeyebilirler, fakat bu kişiler de listeye yazılırlar ve Harvey Mackay'ın babasının dediği gibi, sizin de onlarla bağlantıda kalabilmek için yaratıcı bir yol bulmanız gerekecektir. Harvey'in yazdığı *Dig Your Well Before You're Thirsty* (Susamadan Önce Kuyunu Kaz) başlıklı kitabı bu durumla ilgilidir. Eğer bunu temel bir beceri olduğunu düşünüyorsanız, çok zor olmadığını anlayacaksınız. Her gün insanlarla iletişime giriyorsunuz. Onları hemen listenize ekleyin. Sosyal medya aracılığıyla insanlarla tanışıyorsunuz. Onları listenize ekleyin. Yeni insanlarla iş yapıyorsunuz. Onları listenize ekleyin.

Arkadaşım Jordan Adler, *Beach Money* (Plaj Parası) adlı kitabın yazarıdır ve Ağ Pazarlamacılığında yıllık yedi haneli bir gelirin de sahibidir. 3. adımın üstadıdır. Sadece hayatını yaşar, sürekli yeni arkadaşlıklar edinir ve iş yaşamına baktığınızda, devasa grubuna dâhil ettiği insanların neredeyse hep-

t.me/cinciva

si, Ağ Pazarlamacılığı mesleğine başlamadan önce tanımadığı insanlardır. Kendisi mesleğin bir Profesyonelidir.

Profesyoneller, daha yüksek bir farkındalık geliştiriyor. Dikkatlerini dünyaya çeviriyorlar. Her zaman yeni insanlarla tanıştırılacaklarını biliyorlar. Gösterişçiler ve amatörler bunun farkına bile varmıyorlar. Bütün günlerini "Hangi insanlar? Ben hiç kimseyi görmüyorum" diyerek geçiriyorlar.

Farkındalık düzeyinizi yükseltmeniz ve listenize her gün iki yeni insanı eklemeniz ne kadar zor olabilir ki? Düşünün. Bunu haftanın altı günü yaptığınızda, yılda 600'den fazla yeni insan eder. Bunu beş yıl sürdürün, 3000'in üzerinde insan eder. Profesyonellerin konuşacak insanların tükenmesinden niye endişe etmediğini anlayabiliyor musunuz?

Lütfen şunun ayırdına varın: Sizle tanıştırılır tanıştırılmaz ikna edici sözlerinizle bu insanlara saldırmanız gerekir DEMİYORUM. Ağ Pazarlamacılığındaki bazı insanlar bu hatayı yapıyor ve bu hoş bir durum değil. Onları sadece listenize ekleyin, arkadaş olun, bir bağlantı oluşturun ve vakti geldiğinde teklif edeceğiniz şeyi anlamalarına yardımcı olun.

4 Dördüncü Adım: Ağınızı kurmayı amaç edinin. Profesyoneller ağlarını amaç edinerek oluşturuyorlar. Eğer dünyadan saklanıyorsanız, yeni insanlarla tanışmanız zordur. Saklandığınız yerlerden dışarı çıkın. Biraz eğlenin. Yeni bir spor salonuna kayıt olun. Yeni bir hobinin keyfini çıkarın. Sizin için önemli bir amaca gönüllü katkıda bulunun. Yeni insanlarla tanışabileceğiniz yeni yerler, kuruluşlar bulun. Bu sadece işiniz için faydalı olmayacak, aynı zamanda çok güzel arkadaşlıklar kuracaksınız.

t.me/cinciva

CİNCİVA
BOOKS
t.me/cinciva

Beşinci Bölüm

Beceri # 2
Muhtemel Katılımcılarınızı Ürününüzü veya Sunduğunuz Fırsatı Anlamaya Davet Etmek

Başarılı olabilecek insanların isimlerini bir kez belirledikten sonra edineceğiniz beceri, onları ürününüz veya sunduğunuz fırsat hakkında daha fazla bilgi edinmeye nasıl uygun bir şekilde davet edeceğinizi öğrenmektir. Bu geliştirilecek EN ÖNEMLİ beceridir. Ben buna Ağ Pazarlamacılığının "giriş" becerisi diyorum. Şayet hiç kimseyi sunduğunuz şeye baktıramıyorsanız, Ağ Pazarlamacılığındaki geleceğinizin neye benzeyeceğini tahmin edebiliriz.

Çoğu insan bu işe büyük bir ünle başlanması ve sunulan fırsatla ilgilenmeleri için insanların üzerinde kuvvetli bir etki bırakılması gerektiğini düşünür. Bu aslında doğru değildir. Ben 1988 yılında başladığımda ne ünüm vardı ne de etkim. Liseyi zar zor bitirdim, atılmadan önce halk kolejine bir yarıyıl devam ettim ve hepsi 23 yaşımdan önce olmak üzere toplam 18 iş değiştirdim. Sizce toplum içinde çok saygın biri miydim? Sıfır saygınlığım vardı. Saatte 5-10 dolar kazanan

t.me/cinciva

birisi olduğum için arkadaşlarım da öyleydi, bu yüzden bana pek faydaları yoktu. Çoğu hâlâ aileleriyle yaşıyorlardı.

Fakat inatçıydım ve azimliydim. Başlangıçta, becerideki eksikliğimi sayılarla telafi ettim. Tanıdığım herkesi telefonla aradım ve onları ikna etmeye çalıştım. Birkaçı grubuma katıldı. Çoğu katılmadı. Yerel gazeteye ilanlar verdim. İlanlarıma cevap veren herkese ikna konuşmamı yaptım. Bütün bu faaliyetten grubuma birkaç kişi katıldı. Çoğu katılmadı.

Her şeyi denedim. Fili çantaya koymaya çalışan bir avcı gibiydim. Elimde bir fırsat, bir silahla dolaşıyor ve hareket eden her şeye ateş ediyordum. İlişkilere gerçekten dikkat etmiyordum. Önem verdiğim tek şey, o yeni katılımcıyı elde edebilmekti. Takındığım tavır şöyleydi: "Bazıları katılır, bazıları katılmaz, ne önemi var ki! Ben sıradakine bakayım!"

Ancak ben avcı olduğum için, etrafımdaki herkes kendini av olarak hissetti. Benden uzaklaşmaya başladılar. Bu hiç eğlenceli değildi. Daha da kötüsü, işime dâhil edebildiğim insanlar da benim yaptığımın aynısını yapmaya çalıştılar, başarısız oldular ve sonra gruptan ayrıldılar.

Üç dört yıllık sıkıntılı bir dönemden sonra kendi dönüm noktama vardım ve neler yaptıklarını görmek için Ağ Pazarlamacılığında başarılı insanları incelemeye başladım. Bulduğum şey beni şaşırttı. Avcıdan ziyade çiftçiye benziyorlardı. İlişkiler kuruyorlardı. Arkadaşlıklar kuruyorlardı. Tanıştıkları insanlara nasıl güven telkin edeceklerini öğreniyor; sundukları ürünler ve fırsat hakkındaki inançlarını maharetle aktarıyorlardı. Amaçları muhtemel katılımcılarını gruplarına derhal kazandırmak değildi. Öncelikli hedefleri, onları kendilerine sundukları hakkında eğitmek ve sonra bunu yapmak isteyip istemedikleri konusunda karar vermelerine müsaade etmekti.

t.me/cinciva

Bu durum benim için stratejide BÜYÜK bir değişiklik demekti ve artık olaylara farklı bakmaya başladım. Kendimi muhtemel katılımcının yerine koydum ve benim için neyin cazip olabileceğini ve öte yandan, nelerin beni savunmaya sevk edebileceğini düşündüm. Profesyonellerin neden şahane sonuçlara ulaştığını anladım. Köpek balığı gibi davranmaktansa, teknik direktör veya danışman gibi davranıyorlardı. İlişkiler kuruyor, sonra insanların problemlerine sağduyulu çözümler sunuyorlardı. Bu kimin hoşuna gitmez ki?

Profesyonellerde dikkatimi çeken diğer şey, sundukları ürünlerini veya fırsatlarını "pazarlamaya" çalışmamalarıydı. Bunun yerine, zamanı geldiğinde, muhtemel katılımcının durumuna göre, onu iki şeyden birini yapmaya davet ediyorlardı.

Yaptıkları ilk şey, insanları grubun başka bir üyesiyle bire bir veya ikiye bir toplantıya, üçlü bir telefon görüşmesine, evlerinde bir küçük grup sunumuna, internet üzerinden veya yerel bir oteldeki toplantıya veya daha büyük bir şirket etkinliğine veya kongresine davet etmeleriydi. Profesyoneller, güven telkin etme ve inanç aktarımı söz konusu olunca, kişisel etkileşimin kritik bir bileşen olduğunun bilincindeler, bu yüzden insanlarla mümkün olduğu kadar çok irtibat kurmaya çalışıyorlar.

Yaptıkları ikinci şey, insanları bir aracı incelemeye davet etmekti. Muhtemel katılımcıyı eğitirken araçlardan yararlanmaya ÇOK inanan biriyim. Bu araçlar çok çeşitlidir. CD'ler, DVD'ler, dergiler, broşürler, internet siteleri ve internet üzerinden yapılan tanıtımlar. Bazı şirketlerde, insanların üründen bir örnek almasına ve bu örneği araç olarak kullanmasına dahi müsaade edilir.

t.me/cinciva

Teknolojinin muhtemel katılımcıları eğitecek daha da elverişli yöntemler sunarak evrilmeye devam ettiğine şüphe yok, fakat ben tecrübeye dayanan kişisel bir düşünceyle araya girmek istiyorum. Teknoloji insanlara kaliteli bilgiyi çabucak aktarmamıza imkân tanırken, öte yandan fiziksel bir araç gibisi yoktur. Bitlerin ve baytların dünyasında ve güven telkin etmenin önemli olduğu Ağ Pazarlamacılığı dünyasında, fiziksel bir araç bunu gerçeğe dönüştürür.

Muhtemel katılımcıyı eğitmek için kullanılan bu iki yöntemden, etkinlikler en etkili olandır. Bunun birçok nedeni var. İnsanlarla bir araya gelinince fiziksel bir etkileşim olur, bu da güven aşılanmasına yardım eder. Önemli bir "sosyal kanıt" öğesi ortaya çıkar. Muhtemel katılımcının başka aktif katılımcıların olduğunu görmesi ve onların nasıl insanlar olduğunu öğrenmesi değerlidir. Burada ürün ve maddi imkân hakkında da eğitim verilir. Muhtemel katılımcılar sağlanan desteği ilk elden görme imkânına sahip olur ve her şeyi tek başlarına yapmak zorunda olmadıklarını anlarlar. Bu etkinliklerde, çoğu kez, heyecan ve hoş bir telaş vardır. Katılımcılar, diğer insanların işlerinin nasıl gittiğine dair hikâyeleri de dinleme fırsatı bulurlar.

Bunlar faydalardan bazılarıdır. Etkinliklerin tek zayıf noktası, özellikle çok yeni katılan bir insan için programlama yapmanın ve onay almanın zor olabilmesidir. Eğer gerekli becerileriniz yoksa yirmi kişiyi davet edip sadece bir iki kişinin gelmesiyle karşılaşabilirsiniz. Bu durum cesaret kırıcı olabilir.

Büyük ve genişleyen bir organizasyon kurmak için bir aracın daha iyi bir ilk adım olduğunu keşfettim. Unutmayın, amacımız eğitim ve durumu kavratmak. İnsanların sahip olduğumuz şeyi tanımasını ve bunun kendi hayatlarına nasıl

t.me/cinciva

fayda getirebileceğini anlamalarını istiyoruz. Araç, insanların yoğun hayatlarının ortasında eğitilmesi (ve umarım heyecanlanması) için müthiş bir yoldur. Sizinle görüşmek için şehrin bir ucundan öteki ucuna araba kullanarak gelmeye vakitleri olmayabilir, ama arabalarında CD dinleyebilir, kısa bir DVD seyredebilir, bir dergi okuyabilir veya internetten yayınlanan bir sunumu izleyebilirler.

Eğer benim meslek hayatıma dönüp bakarsanız, araçların benim için her şeyi değiştirdiğini görürsünüz. 1990'da şirketim dinamik ve heyecan verici bir video ile ortaya çıktı. Tanesi 15 dolardı. Son derece pahalı olmasına rağmen, bu paraya değiyordu, çünkü insanları o videoyu izlemeye nasıl davet edeceğinizi öğrendiğinizde elde ettiğiniz sonuçlar çarpıcıydı.

Şirketteki herkes insanları videomuzu izlemeye davet etmeyi merkeze alan günlük bir faaliyet üzerine odaklandı. Hiçbir dikkat dağınıklığına müsaade etmedik. Tüm kültürümüz bu strateji etrafında döndü ve büyümemiz tavan yaptı. Etkinlikler hâlâ önemliydi, ama muhtemel katılımcının videoyu izlemesinden sonraki ikinci bir adımdı.

Bu yeni yöntemi benimseyerek nihayet kendi organizasyonum ortaya çıktı ve ben benimle ya da bensiz büyüyebilen bir gruba sahip olma tecrübesinin zevkini çıkarabildim. Tasvir edemeyeceğim kadar keyifliydi. Grubum birkaç düzineden birkaç yüze, sonra da birkaç bine çıktı. Bütün yaptığım, başarılı bir şekilde insanları bir video seyretmeye davet edebilmeyi, arkasından bir etkinliğe davet ile devam edebilmeyi ve aynı şeyi diğer herkese öğretebilmeyi öğrenmekti.

Meslek hayatımın ikinci keşfi bir ses kaseti oldu. Evet, kaset dedim. 1992 yılıydı ve elimizdeki tek şey buydu. Şirket yeni ve heyecan verici bir şey başlatıyordu ve ben kişisel ola-

t.me/cinciva

rak bu fırsatı detaylı bir şekilde açıklayan bir ses kaydı hazırladım. Tanesini 50 sente sattık, bu masraflarımızı çıkarıyordu. Bir yıldan kısa bir zaman içinde o küçük ses kaseti bir milyon kopyadan fazla satıldı. Şirketimizdeki insanlara muhtemel katılımcıları o kaseti almaya, arabalarına takıp hemen dinlemeye nasıl davet edeceklerini öğrettik. Sonuçlar şahaneydi.

İnsanları, önce 100 kaset almaları, bunları tanıdıkları herkese ulaştırmaları konusunda eğittik ve bundan sonra kaseti günde iki kişiye ulaştırmaya odaklanmalarını sağladık. Bu basit yöntemi kullanarak, yıllık gelirim yaklaşık 1 milyon dolara yükseldi.

Farklı şirketler işlerini büyütmek için farklı araçlar ve farklı etkinlik stratejileri kullanıyorlar. Bazıları ev partilerinden yararlanıyor. Bazıları internet üzerinden tanıtımlar yapıyorlar. Bazıları dergi ve tanıtım broşürleri kullanarak bire bir görüşmelerden faydalanıyor. Siz kendi oluşumunuzda neyin en iyi sonuç verdiğini keşfedin, günlük faaliyet yönteminizi geliştirin ve grubunuzdaki insanları aynı şeyi etkili bir biçimde yapmak ve muhtemel katılımcılarını kazanmak konusunda eğitin.

Bir profesyonel olarak, muhtemel katılımcılarınızı bir aracı incelemeye ya da bir etkinliğe katılmaya davet edeceksiniz. Şimdi size neyi YAPMAYACAĞINIZI söyleyeyim: İnsanları ikna etmeye ve hikmetinizle dünyayı kendinize hayran bırakmaya ÇALIŞMAYACAKSINIZ; zira böyle bir yaklaşım egonuzu besler fakat aynı zamanda banka hesabınızı küçültür.

Büyük bir insan grubunun uzun bir zaman diliminde birkaç basit şeyi mütemadiyen yapmalarını sağlama becerisi.

t.me/cinciva

Şimdi size Ağ Pazarlamacılığında mali bağımsızlık için ürettiğim kendi formülümü vermek isterim.

İşte benim Ağ Pazarlamacılığının sıradanlığını kırmama yardımcı olan formül buydu, sizin de aynı şeyi yapmanızı sağlayacaktır.

Yıllarca insanları bana katılmaya ikna etme becerime odaklanıp, sadece bu becerime bel bağladım. Sonra yaptığım şeyin aynısını yapma konusunda eğitebileceğim birkaç önemli lider bulma aşamasına yükseldim. Ve nihayet, size şimdi verdiğim formülü öğrendim ve büyük bir insan grubunun uzun bir zaman diliminde birkaç basit şeyi mütemadiyen yapmalarını ve bunu yapmaya devam etmelerini sağlamaya odaklanmaya başladım. Bu olduğu zaman da her şey daha iyiye gitmeye başladı.

Bunlar temel konular. Şimdi davet etmeyle ilgili duygular hakkında konuşarak bir ara verelim. Bu konuda belli başlı dört kural vardır.

Bir Numaralı Kural

Kendinizi sonuçtan duygusal olarak ayrı tutmalısınız. Bu son derece önemli. Hatırlayın, ilk amacımız eğitim ve durumu kavratmak. Yeni bir müşteri bulma veya yeni bir distribütör kazanma değil. Diğer bir deyişle, duygularınızı sonuçtan ayrı tutarsanız ve sadece eğitime ve durumun kavranmasına odaklanırsanız her şey çok kolaylaşır.

Bu kulağa basit gelir ama yapması zordur. Hepimiz bu işe grubumuza bazı müthiş insanlar dâhil edebilme ümidiyle gireriz. Bu beklentilerden uzak durmak zordur. Fakat unutmayın, biz avcı değiliz. Köpek balıkları değiliz. İşimiz insanları eğitip onların teklif ettiğimiz şeyi anlamalarına yardımcı ol-

t.me/cinciva

maktır. İnsanlara nasıl daha iyi bir hayat yaşayabileceklerine dair önerilerini sunan danışmanlar olarak davranırız.

Eğer bir müşteri veya yeni bir distribütör bulmaya odaklanırsanız, sürekli hayal kırıklığına uğrarsınız ve muhtemel katılımcılarınızın sizden uzaklaştığını görürsünüz.

Eğer eğitime ve durumu kavratmaya odaklanırsanız, keyif alırsınız ve muhtemel katılımcılarınız da bu deneyimden zevk alırlar.

İki Numaralı Kural

Kendiniz olun. Birçok insan, davet etmeye başlayınca farklı bir insan oluyor. Bu da herkesi rahatsız eder. Kendiniz olun. Sadece kendinizin en iyi hali olmaya odaklanın.

Üç Numaralı Kural

Biraz tutkulu olun. Heyecan ve şevk bulaşıcıdır. Biraz ateşlenmekte zarar yok. Odaklanın. Size ilham veren bir müzik dinleyin. Telefonda konuşurken gülümseyin. Sizi temin ederim, olumlu duygunuz daha iyi sonuçlara dönüşecektir.

Dört Numaralı Kural

Sağlam bir duruş gösterin. Bu benim için önemli bir kuraldı. Başlangıçta çok güvensizdim. Kimsenin beni ciddiye alacağını düşünmüyordum. Fakat profesyonelleri izledikçe, duruşları dikkatimi çekti. Cesurdular. Kendilerine güvenliydiler. Kuvvetliydiler.

Böylece ben de cesur olmaya karar verdim. Sürekli özür dilemeyi bıraktım. "Evet, şimdiye kadar hayatımda birçok işim oldu ama bu işin aradığım değişimi getireceğini umuyorum" demek yerine "Bilin bakalım, ne diyeceğim? Bu noktaya kadar yaşadığım hayattan bıktım, usandım artık; kontrolü

t.me/cinciva

ele almaya karar verdim. Bu konuda kendime karşı iddiaya giremem çünkü çok ciddiyim." Aradaki farkı hissedebiliyor musunuz?

Kendiniz olun, ama daha CESUR olun. Kendiniz olun, ama daha KUVVETLİ olun. Kendiniz olun, ama kendinize daha GÜVENLİ olun; en azından davette bulunurken. Bunu başlangıçta kısa süreler yapabildiğimi gördüm ve tıpkı yeni bir kas geliştirir gibi, zaman içinde daha uzun süreler becermeye başladım ve nihayet bu nitelik benim bir parçam haline geldi.

İşte artık sahneyi kurduk, şimdi de davet formülü üzerinden devam edelim. Bu formül telefonla veya yüz yüze kullanılmak için tasarlanmıştır. Telefon mesajı, e-posta veya herhangi başka iletişim aracıyla kullanılmak için DEĞİLDİR; sadece telefonda veya yüz yüze. Bu sizin sıcak piyasadaki muhtemel katılımcılarınız (tanıdığınız kişiler) veya soğuk piyasadaki muhtemel katılımcılarınız (hayatınızı yaşarken tanıştığınız kişiler) için yararlı olabilir. Bu iki grup için de size örnekler vereceğim.

Profesyonel bir davetin sekiz adımı vardır. Bu kulağa karmaşık gelebilir ama biraz tecrübe ettikten sonra edinilmesi kolay bir beceri olduğunu göreceksiniz.

Birinci Adım: Acele edin.

İkinci Adım: Muhtemel katılımcıya iltifat edin.

Üçüncü Adım: Davetinizi yapın.

Dördüncü Adım: Şunu teklif etsem, kabul eder miydin(iz)?

Beşinci Adım: Birinci onay – zaman taahhüdünü alın.

Altıncı Adım: İkinci onay – zaman taahhüdünü alın.

t.me/cinciva

Yedinci Adım: Bir sonraki telefon görüşmenizin zamanını ayarlayın.

Sekizinci Adım: Telefonu kapatın.

Birinci Adım: Acele edin

Bu psikolojik bir konu. İnsanlar hep bir şeylerin peşinden koşan insanlardan daha çok etkilenirler. Şayet her telefonunuza veya yüz yüze görüşmenize aceleniz olduğu izlenimini vererek başlarsanız, davetiniz daha kısa sürecek, daha az soruyla muhatap olacak, daha az dirençle karşılaşacaksınız ve insanlar size ve zamanınıza karşı daha saygılı olacaklardır.

Tanıdık muhtemel katılımcılar için örnekler:

"Konuşacak çok vaktim yok, ama sana ulaşmam gerçekten önemliydi."

"Yapmam gereken bir ton iş var, ama neyse ki sana ulaşabildim."

"Kapıdan çıkmak üzereyim, ama seninle çabucak konuşmam lazım."

Yeni tanışılan muhtemel katılımcılar için örnekler:

"Şimdi bu konuya girmenin zamanı değil, hemen gitmem lazım ama..."

"Gitmem lazım ama ..."

Mesajı aldınız mı? Acil bir durumdaymış tavrı takının.

Sizinle paylaştığım örneklere gelince, sözcüklere çok takılmayın. Sadece ana mesaja odaklanın ve kendi sözcüklerinizi kullanın. İnsanlara yoğun olduğunuzu, yapacağınız işlerinizin çok, vaktinizin kısıtlı fakat onlarla çabucak konuşmanın önemli olduğunu bildirin. Bunu söylerken sesiniz biraz tutkulu olsun.

t.me/cinciva

İkinci Adım: Muhtemel Katılımcıya İltifat Edin

Bu önemli. Samimi bir iltifat (ki samimi olması gerekir) gerçek iletişim kapısını aralar ve muhtemel katılımcının söyleyeceğiniz şeyleri dinleme konusunda daha istekli olmasını sağlayacaktır.

Tanıdık muhtemel katılımcılar için örnekler:

"Çok başarılı oldun, işini yapış şekline hep saygı duydum."

"Bana her zaman destek oldun, bunu çok takdir ediyorum." (Özellikle aileye ve yakın arkadaşlara karşı çok etkilidir.)

"İş hayatına müthiş uygun bir zekân var, başkalarının göremediği şeyleri görebiliyorsun."

"Seni tanıdığımdan beri, yaptığın işte en iyisi olduğunu düşünüyorum."

Yeni tanışılan muhtemel katılımcılar için örnekler:

"Bana şimdiye kadar aldığım en güzel hizmeti siz verdiniz."

"Çok zekisiniz. Ne işle meşgul olduğunuzu sorabilir miyim?"

"Bunu müthiş bir tecrübeye çevirdiniz."

İltifatın püf noktası, SAMİMİ olması gerektiğidir. Muhtemel katılımcınıza iltifat etmek için gerçekten kullanabileceğiniz bir şey bulun ve kullanın. Bu basit adım davet sonuçlarınızı kelimenin tam anlamıyla iki katına çıkaracaktır. Acelem var tavrı ve iltifatla başladığınızda karşınızdakinin davetinize olumsuz cevap vermesi çok zor bir hale gelir. İnsanlar çok sık iltifat duymazlar. İltifat onlara kendini iyi hissettirir. Muhte-

t.me/cinciva

mel katılımcılarınızın iletişime girmeye çok hazır hale geldiğini göreceksiniz.

Profesyonelleri incelerseniz, dürüst ve samimi iltifatlarıyla insanları sürekli iyi bir ruh haline soktuklarını görürsünüz. Bu, karşılıklı anlayış geliştirmeye, insanların zihinlerini açmaya ve en çok da, bizim eğitim ve kavratma amacımızı gerçekleştirmeye yarar.

Üçüncü Adım: Davetinizi Yapın

Bu tek tip bir tavrın her şeye uygun GELMEYECEĞİ bir durumdur. Ağ Pazarlama Profesyoneli için üç çeşit davet yaklaşımı bulunmaktadır.

Doğrudan Yaklaşım

Bu insanları KENDİLERİ için sunulan bir fırsat ile ilgili bilgi almaya davet ederken kullanılır. Çoğu insan bütün muhtemel katılımcılarına Doğrudan bir Yaklaşım gösterirler. Konuşma genellikle şöyle ilerler: "Seni zengin edecek bir yol buldum! Gel sana anlatayım..." Buradaki tutkuyu anlıyorum, fakat eğer bir milyonerden çağrı almıyorlarsa, gerçekten kim bu konuda heyecanlanır ki?

Bu, Doğrudan Yaklaşım işe yaramaz anlamına gelmez. Tabii ki yarar. Davet sürecinizde önemli bir yeri vardır. Ancak, sizi tanıyan ve saygı duyan ya da daha iyi bir şeyler aradığını bildiğiniz kişiler için saklanmalı.

Tanıdık muhtemel katılımcılar için örnekler:

"Bana (işinden nefret ettiğini, daha çok paraya ihtiyacın olduğunu, yeni bir ev bulmak istediğini vesaire) söylediğinde ciddi miydin, yoksa sadece laf olsun diye mi konuşuyordun? (Neredeyse her zaman hepsi de ciddi olduklarını söyleyecektir.) Harika! Sanırım ben (bu problemini çözecek veya isteğini

t.me/cinciva

gerçekleştirecek) bir yol buldum senin için." Bu onların bir memnuniyetsizlik, ihtiyaç ya da arzu alanını bildiğiniz durumlar için geçerlidir.

"Sanırım ben ikimizin nakit akışını gerçekten müthiş yükseltecek bir yol buldum."

"Benim bulduğum bir işle tam bir servet yapabilecek insanları düşününce aklıma sen geldin."

"Hâlâ iş (ya da farklı bir iş) arıyor musun? Ben ikimizin bütün risklerden arınmış büyük bir işe girişmesini sağlayacak bir yol buldum."

"Şimdi sana, kayıt dışı olmak üzere, bir soru sorayım. Eğer evinden yarı zamanlı çalışmaya başlayabileceğin ve tam zamanlı gelirini karşılayacak bir iş olsaydı, bu ilgini çeker miydi?"

Yeni tanışılan muhtemel katılımcılar için örnekler

"Gelirinizi çeşitlendirerek arttırmayı düşündünüz mü hiç?"

"Mesleki seçeneklerinizi açık tutuyor musunuz?"

"Şimdi yaptığınız işi meslek hayatınızın geri kalan kısmında da yapmaya devam etmeyi mi planlıyorsunuz?"

Bu yeni tanışılan muhtemel katılımcılar için yazılmış metinleri veya bunların değişik söylenişlerini şu cümleyle devam ettirebilirsiniz:

"Sizin ilginizi çekebilecek bir şey var bende. Şimdi bu konuya girmenin tam zamanıdır fakat..."

Dolaylı Yaklaşım

Bu, insanların başlangıçtaki direncini kırmanız ve teklifiniz hakkında onları eğitmeniz için diğer bir kuvvetli yoldur.

t.me/cinciva

Dolaylı yaklaşım muhtemel katılımcıdan yardım, bilgi girdisi veya danışmanlık istemekle ilgilidir. Ben bu yaklaşımı ilk başladığım zamanlarda yaygın olarak ve çok başarıyla kullandım. 23 yaşımın güven vermemesinden dolayı Doğrudan Yaklaşımdan pek başarıyla yararlanamadım. Bu nedenle kendimi geri planda tutup muhtemel katılımcının egosuna hitap etmeyi öğrendim. Bu inanılmaz derecede işe yaradı, hâlâ da yarıyor.

Tanıdık muhtemel katılımcılar için örnekler:

"Yeni bir işe henüz başladım, çok gerginim. Bu işte yol almadan önce tanıdık birisiyle pratik yapmam gerekiyor. Acaba senin üzerinde pratik yapabilir miyim? (Bu aile içinde ve yakın arkadaşlarla çok işe yarayan MÜTHİŞ bir yaklaşımdır.)"

"Çok heyecan duyduğum bir iş alanı buldum, ama ne biliyorum ki? Sen çok tecrübelisin. Bu işi senin üzerinde kolayca uygulayıp uygulayamadığıma bir bakar mısın, bana doğru yolda olup olmadığımı söyler misin?"

"Bir arkadaşım bana bir işe başlarken yaptığı en iyi şeyin saygı duyduğu insanların fikrini alma, onların rehberliğine başvurma olduğunu söyledi. Eğer sana kısaca anlatsam, (benim için) bunu yapar mısın?"

Yeni tanışılan muhtemel katılımcılar için örnekler:

Başka şehirden, bölgeden veya ülkeden birisiyle tanıştığınızda, eğer şirketiniz orada iş yapıyorsa şöyle diyebilirsiniz:

"Şirketim sizin bölgenizde genişliyor. Bana bir yardımda bulunup bu işi inceleyerek yaşadığınız yerde başarılı olup olamayacağını söyler miydiniz acaba?"

Ürününüz hakkında size faydalı bilgi girdisi sağlayabilecek birisiyle tanışınca şöyle söyleyebilirsiniz:

t.me/cinciva

"Çok anlamlı olduğunu düşündüğüm bir ürünle yeni bir işe başladım, ama sizden bu konuda biraz bilgi almak isterdim Bir göz atıp bana fikrinizi söyler miydiniz?"

Süper Dolaylı Yaklaşım

Üçüncü yaklaşım Süper Dolaylı Yaklaşımdır. Bu yaklaşım inanılmaz derecede kuvvetlidir çünkü birçok psikolojik seviyede etkili olur. Bu yaklaşımda, muhtemel katılımcıya aslında bu konumda olmadığını, kendisinden sadece işinizden yararlanabilecek başka birisini tanıyıp tanımadığını öğrenmek istediğinizi söylersiniz. Çok etkilidir.

Tanıdık muhtemel katılımcılar için örnekler:

"Yaptığım iş sana uygun değil, fakat şunu sormak istiyorum: Hırslı, para-odaklı, hayatına daha fazla nakit akışı sağlama fikri hakkında heyecan duyacak kimleri tanıyorsun?"

"Evlerinden yapabilecekleri sağlam bir iş arayan kimleri tanıyorsun?"

"İşlerinde duvara toslamış, gelirlerini çeşitlendirmek isteyebilecek kimleri tanıyorsun?"

"Bu bölgede genişleyen bir şirkette çalışıyorum ve ek bir nakit akışına ilgi duyabilecek bazı zeki insanlar arıyorum. Bu tanıma uyabilecek birilerini tanıyor musun?"

Çoğu durumda isim vermeden önce sizden biraz daha bilgi isteyecekler (bu isteklerinin arkasında bu işin kendileri için uygun olduğu düşüncesini taşıyan bir plan ve merak yatmaktadır, fakat bunu size hemen belli etmeyeceklerdir).

Sizden daha fazla bilgi istediklerinde şöyle cevap verebilirsiniz:

"Bu mantıklı. Tabii, arkadaşlarına bahsetmeden önce kendin biraz daha bilgi almak istiyorsun."

t.me/cinciva

Sonra dördüncü adıma geçebilirsiniz.

Yeni tanışılan muhtemel katılımcılar için örnekler:

Süper Dolaylı Yaklaşım bu grup için de tamamen aynıdır. Tanıdık muhtemel katılımcılar için yazılanları veya bu yazılanların kendinizce daha rahat söyleyiş şekillerini kullanın.

Dördüncü Adım: Yapsam, Yapar mısın(ız)?

Bu soru uzun zamandır benim gizli silahım olmuştur. Büyük ve başarılı bir Ağ Pazarlamacılığı işini kurma sürecinde karşılaştığım, büyük bir farkla, en etkili ifadedir.

"Bir DVD versem, seyreder misin(iz)?"

"Bir CD versem, dinler misin(iz)?"

"Bir dergi (veya başka basılı bir materyal) versem, okur musun(uz)?"

"Tanıtım yapan bir internet sitesinin adresini versem, oradaki tanıtımı izler misin(iz)?"

"İnternetten yapılan bir toplantıya davet etsem, katılır mısın(ız)?"

"Sadece davetiyeyle girilebilen bir konferansa davet etsem, gelir dinler misin(iz)?"

Bu soru birçok sebepten dolayı ÇOK KUVVETLİDİR.

Birincisi, karşılıklı bir durumdan bahsetmektedir. İnsanlara bir şey sunarak onlardan bir şey talep etmeniz söz konusu. Bu tip durumlarda insan olarak olumlu cevap verme eğilimindeyiz.

İkincisi, bu sizi kuvvetli konuma getirir. Kontrol sizdedir. Yalvarmıyorsunuz. Yardım istemiyorsunuz. Sadece bir değer değiş tokuşu öneriyorsunuz.

t.me/cinciva

Üçüncüsü, bu SİZİN değerli bir şeye sahip olduğunuza işaret eder. Diğer kişi karşılık olarak bir şey yaptığı sürece sizin de bir şey yapacağınızı söylüyorsunuz. Sahip olduğunuz şeye değer verdiğiniz zaman insanlar size saygı duyacaktır.

Ben ilk başladığımda bu sihirli soruyu bilmiyordum. "Videomu izlemeni(zi), ürünümü denemeni(zi), CD'mi dinlemeni(zi) vesaire gerçekten çok ama çok istiyorum." gibi şeyler söylüyordum. Sonuçları tahmin edebilirsiniz. Psikolojik olarak tamamen zayıftır. "Ben sana/size şunu yapsam, sen/siz de (benim için) bunu yapar mısın(ız)?" şeklinde konuştuğunuzda ise bu bir iş konuşması olur. Eğer "Senden/sizden şunu yapmanı(zı) gerçekten ama gerçekten çok istiyorum" diye konuşursanız, ümitsiz konuşmuş olursunuz ki ümitsiz bir distribütör hiç çekici DEĞİLDİR. Şayet bu yaklaşımı kullandıysanız neden bahsettiğimi zaten biliyorsunuzdur.

"Ben sana/size şunu yapsam, sen/siz de (benim için) bunu yapar mısın(ız)?" cümlesi sonuç alır. İnsanlara "evet" dedirtir. Muhtemel katılımcıların bizim sahip olduğumuz şeyi farklı bir ışık altında görmelerine yardımcı olur. Hatırlayın, bizim amacımız eğitim ve onların durumu kavramasını sağlamaktır. "Ben sana/size şunu yapsam, sen/siz de (benim için) bunu yapar mısın(ız)?" bizim bu hedefe ulaşmamıza yardımcı olur.

Çağrıyı "acelem var" tavrıyla başlatıp muhtemel katılımcıya iltifatta bulunduysanız ve ardından bu soruyu sorduysanız, hemen hemen % 100'lük bir oranla cevapları "evet" olacaktır. Artık beşinci adıma geçebilirsiniz.

Biraz daha bilgi isterlerse onlara, "Daha fazla bilgi istemeni(zi) anlıyorum, fakat aradığın(ız) her şey burada (DVD'de, CD'de, dergide, internet adresinde vesaire) var.

t.me/cinciva

Benim bahsettiğim şeyi anlamanın en iyi yolu bu materyali incelemen(iz)dir. Bu nedenle, **eğer ben** bunu sana/size versem **inceler misin(iz)**?" cümleleriyle karşılık verin.

Şayet "hayır" derlerse, vakit ayırdıkları için onlara teşekkür edin ve ayrılın. Ayrıca, neleri daha iyi yapabilirdim diye ilk üç adımınızı gözden geçirin. Fakat materyalinizi kesinlikle VERMEYİN.

İlk dört adımı gerçekleştirdiniz ve karşınızdaki kişi "evet" dedi! Başardınız! Materyalinizi incelemeyi kabul etti! Bu artık sizin peşinizden gelecekler mi demektir? Hayır. Aslında, eğer sadece ilk dört adımı kullanırsanız, muhtemel katılımcılarınızdan sadece %5'i yapacağını söylediği şeyi yapar, %5 ise yeterli bir miktar değildir. %80'e ulaşmak için davet sürecinizi profesyonelce tamamlamanız gerekir.

Beşinci Adım: Onay 1 - Zaman Taahhüdünü Alın

"Ben sana/size şunu yapsam, sen/siz de (benim için) bunu yapar mısın(ız)?" sorusunu sordunuz, evet cevabını aldınız. Sonraki adım ise zaman taahhüdünü almaktır.

"DVD'yi kesin olarak ne zaman izleyebileceğini(zi) düşünüyorsun(uz)?"

"CD'yi kesin olarak ne zaman dinleyebileceğini(zi) düşünüyorsun(uz)?"

"Dergiyi kesin olarak ne zaman okuyabileceğini(zi) düşünüyorsun(uz)?"

"İnternet sitesini kesin olarak ne zaman ziyaret edebileceğini(zi) düşünüyorsun(uz)?"

Onlara bir zaman vermeyin. (Bu da meslek hayatımın başlarında yaptığım başka bir hatadır.) Sadece soruyu sorun ve

t.me/cinciva

cevap vermelerini bekleyin. Bu soru, onların programlarını ve başka taahhütlerini düşünmelerini, materyalinizi inceleyecek bir yer bulup bütün bu bilgiyi size iletmelerini sağlar. Bir başka deyişle, durumu gerçek hale getirir.

"Ben sana/size şunu yapsam, sen/siz de (benim için) bunu yapar mısın(ız)?" sorusunu ilk sorduğunuzda ve evet cevabı verdiklerinde, bir gün yaparım anlamındaydı. Zaman taahhüdünü alınca durum gerçek olmaya başlar. Buradaki tek önemli şey size bir zaman vermeleridir. Hangi zamanı verdikleri önemli değildir. Kendi programlarını düşünmelerine ve materyalleri ne zaman kesinlikle incelemiş olacaklarını size söylemelerine izin verin.

%90 oranında size bir cevap vereceklerdir. Geri kalan %10'dan ise müphem bir cevap gelecek, "Bir ara yaparım" gibi bir şey söyleyeceklerdir. Eğer böyle bir şey söylerlerse "Zamanını(zı) veya kendi zamanımı boşa harcamak istemem. Kesin olarak incelemiş olacağın(ız) bir zaman belirlesek ya!" diyebilirsiniz. Hatırlayın, inceleyeceklerini dördüncü adımda zaten söylemişlerdi. Bu yalnızca zamanı taahhüt ediyor.

Bütün bunların en önemli noktası, şimdiye değin iki kez "evet" demiş olmaları. İlk önce "Ben sana/size şunu yapsam, sen/siz de (benim için) bunu yapar mısın(ız)?" sorusunda, daha sonra onlardan zaman taahhüdünü aldığınızda.

Böylece artık onlara materyalinizi verebilirsiniz, doğru mu? Hayır. İşiniz daha bitmedi. Profesyoneller işlerini bitirmeden önce bir iki adımı daha yerine getirmek için birkaç saniye daha harcarlar.

Altıncı Adım: Onay 2 - Zaman Taahhüdünün Taahhüdünü Alın

Eğer size DVD'yi Salı akşamına kadar seyredeceklerini söylerlerse, cevabınız şöyle bir şey olmalıdır: "Öyleyse, Çarşam-

t.me/cinciva

ba sabahı seni/sizi ararsam, kesinkes izlemiş olacaksın(ız), doğru mudur?"

Eğer CD'yi Perşembe sabahına kadar dinleyeceklerini söylerlerse, cevabınız şöyle bir şey olmalıdır: "Öyleyse, Perşembe gününün ilerleyen vakitlerinde seni/sizi ararsam, kesinkes dinlemiş olacaksın(ız), doğru mudur?"

Eğer internetteki tanıtımı 1 Temmuz'a kadar izlemiş olacaklarını söylerlerse, cevabınız şöyle bir şey olmalıdır: "Öyleyse, 2 Temmuz'da seni/sizi ararsam, kesinkes izlemiş olacaksın(ız), doğru mudur?"

Ya doğal olarak evet diyecekler ya da taahhüt ettiklerini zamanı biraz daha ayarlayacaklar. Her halükarda, altıncı adımın önemi şudur: Artık size üç kez taahhütte bulunmuşlardır ve böylece peşinizden gelme olasılıkları çok daha yüksektir; ayrıca da;

> Buradaki anahtar nokta, bu sizin belirlediğiniz bir randevu değil, *onların* belirlediği bir randevudur.

Materyallerinizi inceleyeceklerini ve bunu belirli bir zamana kadar yapacaklarını söylediler; ardından onları aradığınızda materyalleri incelemiş olacaklar. Soruları sordunuz. Verdikleri cevaplar randevuyu sağlamış oldu.

Yedinci Adım: Onay 3 - Bir Sonraki Çağrının Zamanını Belirleyin

Bu adım basittir. Sadece şunu sorun: "Sana/size hangi numaradan ve ne zaman ulaşabilirim?" Onlar da size kendilerine en uygun olanı söylerler ve artık gerçek bir randevunuz

t.me/cinciva

vardır. Bütün yapmanız gereken, arayacağınızı söylediğiniz zamanı unutmadığınızdan emin olmak.

Dört kez "*evet*" dediler. Tüm davet birkaç dakika sürdü ve eğitim ve durumu kavratma konusunda başarılı olma ihtimaliniz %5'ten yaklaşık %80'e çıktı.

Sekizinci Adım: Telefonu Kapatın

Unutmayın, aceleniz var, doğru mu? Randevuyu kesinleştirir kesinleştirmez, birisine söylenecek en güzel şey şudur: "Güzel, görüşmek üzere o zaman... Bir yere yetişmem lazım!"

Çoğu insan randevuyu kesinleştiriyor, sonra konuşmaya devam ederek onu işe yaramaz hale getiriyor. Hatırlayın, amacımız eğitim ve durumu kavratma ve işin çoğunu üçüncü şahıs olan aracımızın yapmasına izin vereceğiz.

İşte size sekiz adımdan bazı örnekler:

Tanıdığınız, işinden nefret eden bir kişi - Doğrudan Yaklaşım

"Selam, konuşacak çok vaktim yok, ama sana ulaşmam önemliydi. Dinle, sen finans konusunda tanıdığım en zeki insanlardan birisin ve senin bu yönünü hep takdir etmişimdir. İşini gerçekten sevmediğini söylediğinde ciddi mi söylüyordun yoksa şaka mı yapıyordun?" (Ciddi olduklarını söylerler.)

"Güzel, sanırım sana bir çıkış yolu yaratacak bir yöntem buldum. Neden bahsettiğimi sana benden daha iyi anlatabilecek bir CD var. Eğer bu CD'yi sana versem, dinler misin?" ("Evet" derler.)

"CD'yi kesin olarak ne zaman dinleyebileceğini düşünüyorsun?" ("Salı" derler.) "Öyleyse, ben seni Çarşamba sabahı arasam onu kesinkes dinlemiş olacaksın, doğru mudur?" ("Evet" derler.)

t.me/cinciva

"Tamamdır, seni o zaman ararım. Sana hangi numaradan ve ne zaman ulaşabilirim?" (Bilgiyi verirler.)

"Anlaştık. Görüşmek üzere o zaman. Bir yere yetişmem lazım, teşekkürler!"

Yakın bir arkadaş - Dolaylı Yaklaşım

"Selam, kapıdan çıkmak üzereyim, ama seninle çabucak konuşmam lazım. Bir saniyen var mı? Güzel. Dinle, sen bana hep çok yardımcı olmuşsundur, bu yönünü çok takdir ediyorum."

"Yeni bir işe başladım ve gerçekten gerginim. İşe girişmeden bir arkadaşımda deneme yapmam lazım. Sende denesem olur mu?" ("Tabii" derler.)

"Harika! Sana bütün bilgiyi profesyonelce anlatan bir DVD versem seyreder misin?" ("Evet" derler.)

"15 dakika uzunluğunda. Ne zaman kesinlikle seyredebileceğini düşünüyorsun?" ("Perşembe" derler.)

"Öyleyse, ben seni Cuma sabahı arasam onu kesinkes seyretmiş olacaksın, doğru mudur?" ("Evet" derler.)

"Çok güzel, sana hangi numaradan ve ne zaman ulaşabilirim?" (Bilgiyi verirler.)

"Şahane! Görüşmek üzere o zaman. Bir yere yetişmem lazım, teşekkürler!"

Çok başarılı birisi - Süper Dolaylı Yaklaşım

"Çok yoğun olduğunu biliyorum, benim de işim ba-

t.me/cinciva

şımdan aşkın ama seni yakaladığıma memnunum. Müthiş başarılı işler yaptın şimdiye değin ve senin iş yapma yöntemine hep saygı duymuşumdur."

"Son günlerde yeni bir işe başladım ve bazı zeki insanlar arıyorum. Sana göre bir iş değil açıkçası ama sormak isterim, hırslı, para-odaklı, hayatına önemli bir miktar nakit akışı ekleme fikriyle heyecan duyacak kimleri tanıyorsun acaba?" (Bu tarife uyan bazı insanları tanıdıklarını söylerler.)

"İnsanlara tavsiye etmeden önce daha fazla bilgi edinmek istediğini anlıyorum. Yaptığım işi ve aradığım kişi tipini tam olarak açıklayan bir DVD var bende. Kısa bir sunum. Sana DVD'yi göndersem inceler misin?" (İnceleyeceklerini söylerler.)

"Teşekkürler. Onu ne zaman kesin olarak inceleyebileceğini düşünüyorsun?" ("Haftaya Pazartesi" derler.)

"Tamam, haftaya Salı ararsam seni, kesinkes incelemiş olacaksın, doğru mudur?"

"Tamamdır, Salı günü ararım seni o zaman. Sana hangi numaradan ve ne zaman ulaşabilirim?" (Bilgiyi verirler.)

"Tamam, çok güzel. Desteğin için tekrar çok teşekkürler. Haftaya Salı konuşmak üzere..."

Size bir şey satarak iyi bir iş yapmış olan, yeni tanıştığınız muhtemel katılımcı - Doğrudan Yaklaşım

"Şimdi bu konuya girmenin zamanı değil, gitmem lazım, ama süper zekisiniz, ben de bazı zeki insan-

t.me/cinciva

lar arıyorum. Şimdi yaptığınız işi meslek hayatınızın geri kalan kısmında da sürdürmeyi planlıyor musunuz?" ("Hayır" derler.)

"Güzel. Sizin ilginizi çekebilecek bir şey var bende. Şimdi bu konuya girmenin zamanı değil ama bu işi bütün detayıyla açıklayan bir DVD'im var. Size onu versem seyreder misiniz?" ("Evet" derler.)

"Ne zaman kesin olarak seyredebileceğinizi düşünüyorsunuz?" ("Pazar" derler.)

"Öyleyse, Pazartesi arasam sizi, kesinkes incelemiş olursunuz, doğru mudur?" ("Evet" derler.)

"Tamamdır, pazartesi ararım o zaman. Size hangi numaradan ve ne zaman ulaşabilirim?" (Bilgilerini verirler.)

"Tamam, işte buyurun. Kusursuz hizmetiniz için tekrar teşekkürler, yakında görüşmek üzere..."

Bunun nasıl işlediğini hissedebiliyor musunuz? Şüphesiz, farklı tipte muhtemel katılımcılar için birçok farklı söyleniş şekilleri vardır, fakat umarım bu örnekler her şeyin nasıl bir araya geldiğini anlamanıza yardımcı oluyordur.

Cümleler bakımından temel kavramları kapmanız ve sözcüğü sözcüğüne ezbere kaçmamanız en iyisidir. Hayat böyle işlemez. Ancak muhtemel katılımcınıza aceleniz olduğunu hissettirmeyi, sonra ona iltifat etmeyi, ardından onu davet edip, ondan sonra "Ben sana/size şunu yapsam, sen/siz de (benim için) bunu yapar mısın(ız)?" sorusuyla ona bir materyal vermeyi, arkasından anlattığım süreçle ondan taahhüt almayı ve nihayet telefonu kapatmayı veya daveti bitirmeyi öğrenirseniz, başarılı bir iş yapmış olursunuz.

t.me/cinciva

Unutmayın, yeni katılımcı kazanmada iyi veya kötü deneyim diye bir şey yoktur, sadece öğrenme deneyimleri söz konudur. Ağ Pazarlama Profesyoneli olma yolculuğunuzda yapılabilecek en iyi şey, durum ne olursa olsun, istediğiniz zaman yeni katılımcı kazanabilmek için gerekli becerileri geliştirmenizdir. O zaman şanslı olma konusunda endişeye gerek kalmaz. Bu nedenle, sürekli deneyin, deneyin, deneyin.

t.me/cinciva

Altıncı Bölüm

Beceri # 3
Muhtemel Katılımcılarınıza Ürününüzü ya da Fırsatı Sunma

Şu ana kadar muhtemel katılımcıları tanımlama ve onları ürününüz veya sunduğunuz fırsat hakkında daha fazla bilgi edinmeye davet etme ile ilgili olan ilk iki beceriden söz ettik. Öğrendiğiniz üzere, onları ya bir aracı (Dergi, broşür, DVD, CD, internet sitesi vs.) kendi başlarına incelemeye ya da herhangi bir etkinliğe katılmaya davet edeceksiniz.

Eğer bir aracı kendi başlarına inceliyorlarsa, siz de yanlarında değilseniz, yapacağınız bir şey yoktur. Sadece takipte olacağınızı söylediğinizde takipte olun.

Şayet onlar incelerken yanlarındaysanız, anlamanız gereken bazı şeyler var ve bunların en önemlilerinden biri de şudur: Burada konu kesinlikle SİZ değilsiniz!

Bu benim zor kabullendiğim bir durumdu. İlk başladığımda okuyabildiğim her şeyi okudum, dinleyebildiğim her şeyi dinledim ve katılabildiğim her eğitim toplantısına katıldım. Yapabileceğim en önemli şeyin şirketimle ilgili bütün bilgiler

t.me/cinciva

hakkında uzman olmak olduğunu; böylece birisi bana bir şey sorduğunda doğru cevaplarla orada olabileceğini düşündüm. Kulağa çok mantıklı geliyor, değil mi?

Birisiyle oturur ve şöyle derdim: "BEN şimdi size ürünlerimiz hakkındaki tüm bilgiyi vereyim. BEN şimdi size şirketimiz hakkındaki tüm bilgiyi vereyim. BEN şimdi size ödeme planımız hakkındaki tüm bilgiyi vereyim. BEN şimdi size inanılmaz destek sistemimiz hakkındaki tüm bilgiyi vereyim."

Şayet büyük ve başarılı bir organizasyon kurmak istiyorsanız, bu yaklaşımda büyük sorunlar var. Benim için ilk sorun, ne kadar öğrenirsem öğreneyim cevaplayamadığım soruların beni afallatmasıydı. Kendimi uzman olarak lanse ettiğim için afallayınca bu durum muhtemel katılımcının kendisine sunulan bütün fırsatı sorgulamasına sebep olabiliyordu.

İkinci sorun, muhtemel katılımcılarımın çoğunun benim uzman olmadığımı bilmesiydi. Bu yüzden, ben onlara gidip kendimi otorite figürü olarak tanıttığımda, onlar bunun doğru olmadığını biliyorlardı. Bu da aslında onları daha çok kuşkulandırıyordu.

Üçüncü sorun ise, ben uzmanlaşmadaki başarımı ne kadar ön plana çıkarıyorsam organizasyonumdaki diğer distribütörler kendilerini daha geri planda tutuyorlardı ve sonuç olarak, her bir sunumda başvurulacak danışman ben oluyordum. Bu yaklaşımla kendini tekrar edecek yani dallanıp budaklanacak bir organizasyon kurmanın imkânı yoktur ve kendini çoğaltmadıkça Ağ Pazarlamacılığı sadece sıradan bir iştir.

İlk günlerde Ağ Pazarlamacılığı benim için sadece bu anlama geliyordu: bir iş. Hiç tekrarım, yani dalım budağım yoktu, çünkü kendimi bilgi merkezi konumuna koymuştum. Ancak azimliydim, en başarılı distribütörlerin sunumlarını nasıl yaptıklarını izleyerek öğrenmeye devam ediyordum.

t.me/cinciva

Profesyoneller kesinlikle kendilerini konu etmiyorlardı. Dahası, kendilerini asla bir uzman olarak lanse etmiyorlardı. Muhtemel katılımcının eğitimine katkıda bulunmak için onu araçlarla, etkinliklerle veya diğer distribütörlerle buluşturan bir danışman görevi görüyorlardı. Muhtemel katılımcı bir soru sorarsa, onu cevaba doğru yönlendiriyorlar, fakat asla cevabı doğrudan kendileri vermiyorlardı. Bu durum beni çok şaşırttı, ta ki tekrar edilebilirliği, dallanıp budaklanmayı kavramaya başlayana kadar. Profesyoneller insanları bilgi ve tecrübeleriyle etkileyip katılımlarını sağlayabileceklerinin çok iyi bilincindeydiler, ancak yeni distribütörlerinin aynı şeyi yapmasının uzun zaman alacağını da biliyorlardı; bu sebeple, daha basit bir yaklaşımla çözüm bulmuşlardı.

İşte tam bunları kavramaya başladığım zamanlardaydı ki o günden bu yana beni derinden etkileyen bir kavramı işittim:

> Ağ Pazarlamacılığında neyin işe yaradığı önemli değildir, sadece neyin çoğaltmayı sağladığı yani grubu neyin dallanıp budaklandırdığı önemlidir.

Bu her Ağ Pazarlama Profesyoneli için temel bir prensip olmalıdır.

Profesyoneller kendi bilgileri yerine araçları kullanırlar. Profesyoneller kendi sunumlarından ziyade canlı etkinliklerden yararlanırlar. Profesyoneller bilgileri kendileri vermek yerine diğer distribütörlere verdirirler. Profesyoneller kendilerini uzman olarak tanıtmazlar; yaptıkları sadece insanları ürünleri veya sundukları fırsatı daha yakından öğrenmeye davet etmek ve üçüncü şahıs kaynağın bilgiyi sağlamasına imkân tanımaktır. Profesyoneller yaptıkları işe tutku, ilgi, he-

t.me/cinciva

yecan ve inanç getirirler. Bir profesyoneli iş başında izlerseniz, onun içinde bulaşıcı bir ateş olduğunu görürsünüz. Tutku, ilgi, heyecan ve inanç önceliğiniz olmalı, sonra davetinizi profesyonelce yapın ve üçüncü şahıs kaynağın işin geri kalanını yapmasına müsaade edin.

Yeni katılımcı kazanmak için gösterdiğiniz şahsi gayretleriniz sırasında ürününüzü veya fırsatınızı etkili bir şekilde sunmayı öğrenmenin yanında, bunu topluluklara sunmayı öğrenmek de önemlidir.

"İşaret çubuğunu elinde tutan kişi çok para kazanandır" diye bir söz vardır, bence de doğrudur. Başka bir deyişle, bir topluluk önünde sunum yapan kişi, ortalama gelirden daha çok kazanır. İlk günlerimde insanların önünde konuşmaktan ölesiye korkardım, fakat tutkuluydum ve herkes bunun önemli bir beceri olduğunu söylediği için öğrenmeye kararlıydım.

Kendim hakkında kısa ve etkili bir bilgilendirme yapmayı öğrenmekle işe koyuldum. Kendi hikâyemi anlatmayı öğrenmek işimi oluşturmada, hem başlangıçta hem de bugüne değin, hep son derece değerli olmuştur. İnsanlar sizin ne kadar bildiğinizle ilgilenmezler, onlar sizin HİKÂYENİZLE ilgilenirler, tabii ki eğer onları bayıltacak kadar sıkıcı olmazsanız.

Hikâyem üzerinde bir süre çalıştım, bir iki küçük düzeltmeyle şöyle bir şey ortaya çıktı: "Merhaba! Benim adım Eric Worre, başarısızlıktan emekli olmuş biriyim. 23 yaşına kadar 18 iş değiştirdim ve artık geleceğim pek parlak görünmüyor diye düşünmeye başlamıştım. Sonuç alamamaktan utanır hale gelmiştim, umutsuzca hayatımı sonuç alır hale getirecek bir yöntem arıyordum. 1988 Ocak'ında Ağ Pazarlamacılığı ile tanıştım ve hayatım değişti. Şimdi gelecekten korkmak yerine

t.me/cinciva

gelecekten heyecan duyuyorum." (Sonra benim o güne kadarki başarı aşamalarıma uygun olan bir şeyler eklerdim.)

Hikâyemin ana teması, "eğer ben başarabiliyorsam herkes başarabilir" idi. Ve bu işe yaradı. Bu temayı her zaman kullandım. Otel toplantılarında, ev toplantılarında, üç yönlü telefon konuşmalarında, telefonla yapılan konferans görüşmelerinde ve aklınıza gelebilecek her durumda.

Geçmişiniz nasıl olursa olsun, etkileyici bir hikâye oluşturabilirsiniz. Her güzel hikâyenin dört öğeden oluştuğunu keşfettim:

1. Geçmişiniz
2. Geçmişiniz hakkında hoşunuza gitmeyen şeyler
3. Ağ Pazarlamacılığının veya şirketinizin nasıl imdadınıza yetiştiği
4. Aldığınız neticeler veya geleceğiniz hakkındaki düşünceleriniz

Hikâyenizi oluşturmak için kendinize biraz zaman ayırın ve sonra yakaladığınız her fırsatta onu anlatmaya başlayın.

Daha sonra şirketimin fırsat sunumunu öğrenmeye karar verdim. Yine, başarılı insanları örnek alma kavramı öne çıktı. Şirketimdeki en çok kazanan kişi son derece güçlü ve etkiliydi. Bunun yanı sıra, her seferinde tam tamına, nerdeyse sözcüğü sözcüğüne aynı sunumu yapıyordu. Bu yüzden onun yaptığı bir sunumu kaydettim, sonra onu el yazısıyla sarı yapraklı, çizgili bir defter üzerine geçirdim. Bu aşamayı tamamladıktan sonra, aynı sunumu bu kez kendi sesimle kaydettim. Sözcüğü sözcüğüne aynısını tekrar ettim. Aynı hikâyeler, aynı şakalar, her şey onun sunumunun tıpatıp kopyasıydı.

t.me/cinciva

Bitirdikten sonra, kaydetmiş olduğum sunumu dinledim ve durum felaketti! Sesimde hiç enerji yoktu. Sıkıcıydım. Yaptığım sunumdan nefret ettim. Bu sebeple, kabul edilebilir bir hale gelene kadar tekrar tekrar kayıt yaptım. Sonunda üzerinde benim sunumum kayıtlı olan bir kasetim oldu ve onu arabamda tekrar tekrar dinledim. Tahminen 500 kez dinlemişimdir; böylece çoktan ezberlemiştim. Hem düzden hem tersten biliyordum. Sunumumun herhangi bir yerinden başlayıp devamını getirebiliyordum.

Bunun bana verdiği özgüveni tahmin bile edemezsiniz. Sunum yapmaktan korkmaktan, sunum yapabilmek için aktif bir şekilde fırsat kollar hale geldim! Sunumumu telefonla yapılan konferans görüşmelerinde, ev toplantılarında, üç yönlü telefon konuşmalarında ve bulabildiğim her yerde yaptım. Yerel toplantılarımızın düzenli sunumcusu oldum ve daha büyük ve daha güzel yerlerde sunum yapmaya doğru ilerlemeye devam ettim, hatta şirket toplantılarında konuşma yapmam istenmeye başlandı.

Bana göre, sunumcu olma evrimim çeşitli aşamalardan geçti:

1. Hikâyemi öğrenmem.
2. Standart fırsat sunumunu öğrenmem.
3. Farklı eğitim sunumlarını öğrenmem.

Sunumcu olarak ilk büyük anım 1993 yılına ait. 29 yaşındaydım ve Ağ Pazarlamacılığında isim yapmaya başlıyordum. Bir gün şirketin CEO'suyla ve zamanın bir numaralı distribütörüyle sohbet ediyordum. Konunun nereden açıldığını tam olarak hatırlayamıyorum, ama CEO'ya şöyle bir şey

t.me/cinciva

söylediğimi anımsıyorum. "Tabii, o (en başarılı distribütör) şu an benden daha iyi bir ağ uzmanı olabilir ama ben her zaman ondan daha iyi konuşabilirim."

Bu bir şaka olarak söylenmişti, fakat CEO kaşlarını kaldırarak şöyle dedi: "Tamam, evlat, şimdi söyleyeceklerimi iyi dinle. Yakında büyük bir toplantımız var. 14.000 kişinin üzerinde bir katılım olacak. Ben her ikinize de aynı miktarda süre vereceğim ve özel bir yarışma yapacağız. Birkaç hakem belirleyeceğim ve onlar kimin daha iyi bir iş çıkardığına karar verecekler."

Vay canına! Şimdi gerçekten oltaya gelmiştim! Büyük bir lider değildim. En çok kazanan olacak kadar büyük bir organizasyonum veya ünüm yoktu. Bu sebeple, kontrol edebildiğim tek şeyi yaptım. Sanki hayatım bıçak sırtındaymış gibi bir hazırlık yaptım. Bir tema seçtim. Konuşmamı yazdım, bir daha, bir daha yazdım. Araştırma yaptım. Pratik yaptım. Konuşmamı kayda aldım. Yapabileceğim her şeyi yaptım.

Büyük gün gelip çattığında, hayatımda hiç bu kadar heyecanlı hissetmemiştim. 14.000 kişiye konuşma yapmak sanki okyanusa karşı konuşmak gibiydi. Ancak, hazırlığım çok işime yaradı. 29 yaşındaki kendine güvensiz benliğimi sakinleştirip konuşmamı yaptım.

Aldığım tepki inanılmazdı! Kalabalık kelimenin tam anlamıyla kendinden geçmişti. Onların devam eden alkışlarıyla sahneden inerken biraz hissizleştim ve en çok kazanan konuşmasını yaparken orada bir yerde oturdum. Güzel bir konuşmaydı, fakat kabul etmeliyim ki CEO'nun yanıma gelip bizim küçük, özel yarışmamızı kazandığımdan dolayı beni tebrik etmesi çok güzel bir histi. Tam anlamıyla, bir dönüm noktasıydı.

t.me/cinciva

O konuşma uzun zamandır kayıptı, geçenlerde bir nüshası bulundu. Dinlemek isterseniz, şu adresten ulaşabilirsiniz: [www.networkmarketingpro.com/calltoaction].

Sesim kulağa biraz daha genç geliyor, ama konuşan benim.

Bu beceri grubunu özetlemek gerekirse, birkaç önemli noktayı unutmamak gerekir:

1. Muhtemel katılımcıları bulurken siz elçisiniz, mesajın kendisi değilsiniz. Aradan çekilin ve üçüncü şahıs bir araç kullanın.

2. Kendi hikâyenizi muhtemel katılımcılarınızın merakını arttırıp daha çok dinlemek isteyecekleri şekilde anlatmayı öğrenin.

3. Bir topluluk önünde sunum yapma konusunda hazırlık anahtardır. Eğer hazırlıklıysanız sunum yapmak bir zevktir.

t.me/cinciva

Yedinci Bölüm

Beceri # 4
Muhtemel Katılımcılarınızı Takip Etmek

Ağ Pazarlamacılığında, "gelecek takiptedir" derler. Bence, bu doğru bir düşünce, çünkü Ağ Pazarlamacılığı yapan çoğu insan bu takibi hiç yapmaz, en azından profesyoneller gibi yapmaz. Bu beceriyi edinecekseniz bazı önemli kavramları anlamanız gerekir.

Kavram No: 1 Takip demek yapacağınızı söylediğiniz şeyi yapmanız demektir.

Eğer belirli bir saatte telefon edeceğinizi söylerseniz, o saatte telefon edin. Ağ Pazarlama Mesleği, bir an çok heyecanlanıp sonra eylem zamanı ortadan kaybolan insanlarla doludur. İşinizi fiziksel veya elektronik bir takvim vasıtasıyla yapın. Yapacağını söylediği şeyleri yapan bir insan olun. İnsanlar buna saygı duyacaktır.

Ağ Pazarlamacılığına başlamadan önceki yıl emlakçılık yaptım. Şirket babam ve ortağına aitti. Bir gün ofisteydim

t.me/cinciva

ve Chuck Aycock adında bir beyefendi babamla sabah saat 10'daki görüşmesine geldi. Saat 9.55 idi ve babam ofise henüz gelmemişti. Chuck'ı karşıladım ve babamın birazdan geleceğinden emin olduğumu söyledim. Saat tam 10'da Chuck ayağa kalkıp şöyle söyledi: "Saat 10. Babanız henüz gelmedi. Eğer benimle görüşmek istiyorsa ona beni telefonla aramasını söyleyin."

Kulaklarıma inanamadım. Bunca yolu ofise gelip randevu saatinden hemen 30 saniye sonra gitmek için mi gelmişti? Ona şöyle dedim: "Bay Aycock, eminim babam gelmek üzeredir. Gitmenize hiç gerek yok."

Bunun üzerine bu beyefendi bana hiç unutmadığım bir şey söyledi: "Evlat, ya erken gelirsin ya da geç kalırsın. Babanız geç kaldı ve benim vaktim kıymetli. Yeniden bir görüşme ayarlamak istiyorsa ona beni telefonla aramasını söyleyin." Sonra ofisten ayrıldı!

Babam saat 10.10'da geldi, Chuck'la görüşeceğini umuyordu. Kendisine olan biteni anlattım, o de benim gibi şaşırdı. Geç kalmak babamın huyu filan değildi. O sabah zamana karşı biraz rahat davranmıştı, o kadar. Babam o görüşmeyi yeniden ayarladı ve yıllar boyunca fark ettim ki Bay Aycock'la olan randevusuna HER ZAMAN erken geldi.

Bu hikâyeden alınacak ders nedir? Bence, insanlar yapacağını söylediği şeyleri yapan kişilere saygı duyarlar. İnsanlar, aynı zamanda, kendi zamanlarına kıymet veren kişilere saygı duyarlar. Eğer belli bir zamanda ya da belli bir şekilde bir iş takibinde bulunacağınızı söylerseniz, ya söylediğinizi söylediğiniz vakitte yapın ya da onu başka bir zamanda yapmak için randevunuzdan önce yeniden programlayın.

t.me/cinciva

Kavram No: 2 – Bir görüşme yapmanın tek sebebi bir sonraki görüşmeyi ayarlamaktır.

İlk başladığımda, her görüşmemi "Ne düşünüyorsun(uz)?" sorusuyla bitirirdim. Kimse bana bunun yapılacak en kötü şeylerden biri olduğunu söylemedi. Böyle söylemek bana sanki doğal bir şeymiş gibi geliyordu, fakat aldığım neticeler felaketti.

İlk akıl danışmanlarımdan birinden bu konuda yardım istediğimde bana şöyle söyledi: "Eric, birisiyle görüşme yapmanın tek sebebi bir sonraki görüşmeyi ayarlamaktır."

Bu bütün düşüncemi sarstı. Ben de sanıyordum ki bir görüşme yapmanın amacı, karşıdaki kişinin gruba katılımını sağlamaktır! Akıl danışmanım, "Eğer her bir görüşmeni bir sonrakini ayarlayarak bitirirsen, nihayetinde muhtemel katılımcı sunduğun fırsat hakkında eğitim almış olur ve bilgili bir halde kararını verir" diyerek açıklamaya devam etti.

Böylece, aklımdaki hedef, muhtemel katılımcının ilk görüşmede "katılımını sağlamak"tan bir sonraki takip görüşmesini, ondan sonrakini ve sonrasını ayarlayarak ta ki o kişinin katılımını sağlayana dek süreci canlı tutmaya doğru bir değişim gösterdi. Ben bu küçük değişikliği yapınca, aldığım neticeler aniden ve büyük bir oranda iyileşti.

Muhtemel katılımcınızı sunduğunuz fırsata bir göz atmaya nasıl profesyonelce davet edeceğinizi daha önce konuşmuştuk. O sürecin sonunda, BİR SONRAKİ görüşmeyi yani takip telefonunuzu ayarlamak üzere çeşitli aşamalardan geçtik. O sizin bir sonraki randevunuzdu.

O telefon görüşmesini yaptığınızda onlara verdiğiniz materyali inceleyip incelemediklerini sorun. Ya "Hayır, incelemedim" veya "Evet, inceledim" diyeceklerdir. Şimdi bu her

t.me/cinciva

iki durumda da bir sonraki görüşmeyi nasıl ayarlayacağınızı konuşalım.

Eğer "hayır" derlerse, malzemeleri inceleme imkânları olmamış demektir. Onların verdikleri sözü tutmamaları karşısındaki memnuniyetsizliğinizi göstermemeniz önemlidir. Komik gelebilir ama birçok insan, "Ben de kesinlikle inceleyeceğini(zi) söylediğini(zi) sanmıştım!" diyerek muhtemel katılımcılarının üzerine atılırlar. Açıkçası bu yaklaşım çabaladığınız o iyi ilişkiyi kurmanıza yardımcı olmayacaktır.

Cevap vermenin en iyi yolu, "Tamam. Anlıyorum, hayat bazen yoğunlaşıyor. Peki, bunu kesin olarak, ama kesinlikle, ne zaman yapabileceğini(zi) düşünüyorsun(uz)?" demektir. Buradaki "kesinlikle" vurgusunun biraz aşırı olduğunu söyleyebilirsiniz, ancak ben bu vurguyu bu takip durumunda onlarca yıldır kullanıyorum; kullanıyorum, çünkü işe yarıyor. Her halükarda, bir sonraki randevuyu ayarlamak için münasip bir dil kullanın ve muhtemel katılımcının taahhüdünü almak üzere aynı adımları izleyin. Bir sonraki telefonun tarih ve saatini (yani sonraki görüşmeyi) içeren taahhüdü alınca da, telefonu kapatın ve kendisini arayacağınızı söylediğiniz zaman o kişiyi arayın.

Eğer siz onlara telefon ettiğinizde hâlâ daha materyali incelemedilerse, onlar inceleyene kadar aynı süreci tekrar edin. Unutmayın, onlar randevu veriyorlar, siz de söylediğiniz gibi yaparak yani süreci takip ederek profesyonelce davranıyorsunuz.

Şayet muhtemel katılımcınızı arar da "evet, inceledim" cevabını alırsanız, onlara birkaç zekice soru yönelteceksiniz. Öncelikle, "Ne düşünüyorsun(uz)?" sorusunu SORMAYACAKSINIZ. Bu soru, muhtemel katılımcının akıllı görünmek

t.me/cinciva

için zihninin eleştirel bölümünü kullanarak bazı karşı çıkışlarda bulunmasına davetiye çıkarır.

Benim şimdiye dek kullandığım en iyi takip sorusu "En çok neyi beğendin(iz)?"dir. Bu soru sizi çok olumlu bir yöne doğru götürecek ve size karşınızdakilerin ilgi seviyesi hakkında bilgi verecektir. Eğer "ürün" derlerse, o vakit bir sonraki görüşmeniz muhtemelen ürün odaklı; eğer "mali özgürlük" derlerse fırsat odaklı olacaktır.

Sorulacak diğer bir önemli soru ise, "1 - sıfır ilgi, 10 - hemen başlamaya hazır, anlamına gelecek şekilde, 1-10 arası bir ölçeklendirmeyle, kendin(iz)e kaç puan verirdin(iz)?" sorusudur. Bu soruya karşılık olarak 1'in dışındaki her bir cevap İYİDİR. Bu ilgilendikleri anlamına gelir. Çoğu zaman 5 veya 6 gibi bir cevap alırsınız. Size hangi rakamı söylerlerse söylesinler, sizin yapmanız gereken, rakamlarını yükseltmek için nasıl yardımcı olabileceğinizi onlara sormaktır. Onların buna cevabı ise genellikle, "En çok neyi beğendin(iz)?" sorusuna verdikleri cevapla ilişkili olacaktır.

Eğer cevap çok olumlu ve rakam oldukça yüksek ise, doğrudan (bir sonraki bölümde ele alacağımız) kapanış sürecine geçebilirsiniz. Eğer karşınızdaki kişiden açık bir yeşil ışık gelmezse, hemen bir sonraki görüşmenin zamanını ayarlayacaksınız.

Ürünü denemek isteyebilirler, siz de onlara bu konuda yardımcı olur ve onları telefonla arayıp bu yeni deneyimleri hakkında bilgi almak isteyeceğiniz bir takip randevusu (yani bir sonraki görüşmeyi) belirlersiniz. Ödeme planını öğrenmek isteyebilirler, siz de bir araya gelip bu konuyu gözden geçireceğiniz bir zaman (yani bir sonraki görüşmeyi) belirlersiniz. Eşleriyle konuşmak isteyebilirler, siz de onlara eşleriyle

t.me/cinciva

inceleyebilecekleri materyalleri verip onlarla sonrasında görüşebileceğiniz bir tarih ve saati (yani bir sonraki görüşmeyi) belirlersiniz. Ne olursa olsun, bir görüşmeyi bir sonrakini ayarlamadan asla bitirmeyin, yoksa işiniz biter!

Başlarda benim başıma gelen de buydu. Birilerine elimdeki fırsatı inceletirdim. Sonra "Ee, ne düşünüyorsun(uz)?" diye sorardım, onlar da "Sana/size sonra söylerim," "Seni/sizi sonra ararım," "Biraz daha düşünmem lazım" ya da benzeri bir şeyler mırıldanırlardı. Ve sonuç hüsran, gidiş o gidiş olurdu. Ben onlara sonradan tekrar telefon etmeye çalıştığımda, artık onları rahatsız ediyor olurdum. Olay tümüyle rahatsızlık veriyordu.

Bir görüşmeyi asla bir sonrakini ayarlamadan bitirmemeye bir kez başladığımda, her şey daha iyiye gitti. Profesyonelce davranıyordum. Kontrollüydüm. Muhtemel katılımcının bana ve sunduğum fırsata olan saygısı arttı. Bütün bunlar yaptığım bu küçük zihniyet değişikliğiyle mümkün oldu.

Kavram no: 3 - Sıradan bir insanın katılımını sağlamak, ortalama olarak 4 ila 6 arası sayıda bir görüşme yapmayı gerektirir.

İnsanlar bir görüşmenin tek nedeninin bir sonraki görüşmeyi ayarlamak olduğunu anlamayınca, muhtemel katılımcılarını ve kendilerini aşırı baskıya maruz bırakırlar. "Bazıları katılır, bazıları katılmaz, ne yapalım, sonraki kişiye bakarız" şeklindeki bir Ağ Pazarlamacılığı kültüründe, insanlar birine bir kez kanca atar, eğer o kişi hemen katılmazsa, başka kişilerle devam eder, hiç takip görüşmesi yapmazlar. Bazı durumlarda da, tavırlarıyla muhtemel katılımcıyla olan ilişkilerine zarar vererek bir adım öteye giderler.

t.me/cinciva

Profesyoneller sıradan bir insanın katılımını sağlamanın ortalama olarak 4 ila 6 arası sayıda bir görüşme yapmayı gerektirdiğini düşünürler. Amaçları eğitim ve kavrayış sağlamaktır. Bir kişiyi tek bir görüşmeyle eğitmek zordur. Bu nedenle, nihayetinde kabul edeceğini bilerek kişiyi görüşmeden görüşmeye sürüklerler. Bu süreç boyunca muhtemel katılımcıyla daha kuvvetli bir ilişki de geliştirirler. Arkadaşlığı güçlendirirler. Bu da güven duygusunu arttırır ve insanlar beğendikleri kişilerle çalışmaktan zevk alırlar.

4 ila 6 arası sayıda bir görüşme ortalama bir miktardır; bu demektir ki birinci görüşmede grubunuza katılım sağlayan her bir kişi için, aynı zamanda, on görüşmeden fazla bir sayıda görüşmeye ihtiyaç duyacak başka birisi muhakkak olacaktır. Asla bilemezsiniz. Ağ Pazarlamacılığındaki en başarılı kişilerden bazıları, gruba katılmaya dair nihai kararlarını vermeden önce yıllar boyu muhtemel katılımcı düzeyinde kalmışlardır.

Aciliyet duygunuzu muhafaza edin, fakat sabırlı olmayı da bilin.

Kavram no: 4 - Daha iyi sonuçlar elde etmek için görüşmelerinizi yoğunlaştırın.

Gösterişçiler birisiyle bir kez görüşürler, sonra başkalarıyla devam ederler. Amatörler birisiyle zamana yayılmış birkaç görüşme yaparlar. Profesyoneller ise o görüşmeleri mümkün olan en kısa zaman aralığında yoğunlaştırırlar.

İnsanlar meşgul. Sürekli hayat gaileleriyle boğuşur dururlar. Onlara yeni bir şeye bakmaları için yaklaşırken ilgilerini sürdürmelerini sağlamak önemlidir; bunu yapmanın en iyi yolu da görüşmeleri mümkün mertebe birbirine yakın zaman dilimleri içinde yapmaktır.

t.me/cinciva

Yavaş giderseniz, onlara bir video izletmekle başlayabilirsiniz. Birkaç hafta sonra, telefonda bir konferans görüşmesi dinletirsiniz. Bundan bir ay sonra, internet üzerinden bir seminer çalışmasını izlettirirsiniz. Ondan bir ay sonra da, onu kendiniz ve bir diğer distribütörle üç yönlü telefon konuşmasına davet edersiniz. İnsanlar her bir görüşme arasında başka hayat gaileleriyle boğuşma eğilimi gösterdikleri için, bu yavaş süreç zordur. Her seferinde sanki yeniden başlıyormuş gibi olabilir.

Öte yandan, eğer onlara bir video izlettirip sonra telefonda bir konferans görüşmesi dinletirseniz; ardından ürünü denetirir, sonra da bir internet seminerine, arkasından üç yönlü bir telefon görüşmesine katılmasını, daha sonra ise canlı bir toplantıya gelmesini sağlarsanız (veya şirketinizde başka ne tür görüşme yolları mümkün olabiliyorsa onları uygularsanız) ve bütün bunları bir hafta içinde yaparsanız, bu şekilde onlara bunun hayatlarını nasıl değiştirebileceğini gerçekten düşünme fırsatı vermiş olursunuz.

Sorular ve İtirazlar

Yeni bir katılımcı kazanma sürecinin her aşamasında bazı sorular ve itirazlarla karşılaşacaksınız. Bu doğaldır. Çoğu kez, muhtemel katılımcılarınız bunları akıllı görünmek için gündeme getirecektir. Kolay lokma gibi görünmek istemeyecekler, bu nedenle kendilerini daha iyi hissetmek için itiraz edeceklerdir. Buna nasıl tepkide bulunacağınız son derece önemlidir. Eğer savunmaya geçerseniz, şüpheye kapılmalarına yol açarsınız. Eğer saldırgan davranırsanız, onları kaçırırsınız.

Hatırlayın, bizim amacımız eğitim ve kavrayış sağlamak, bir tartışmayı kazanmak değil. İşimiz kör insanların görmesine yardımcı olmak. Birisi olumsuz bir soruyla gelirse veya

t.me/cinciva

bir itirazda bulunursa, bütün yaptığı aslında sizin onların bilgisindeki kör noktalardan birini aydınlatmanıza yardımcı olmaktır. Muhtemel katılımcılarınızdaki bu noktaları bilmek, onların bu sıkıntılarından kurtulmasına yardımcı olabilmeniz için yararlıdır.

Size itirazları alt etmeye faydası dokunacak bazı belirli taktikler vereceğim, fakat unutmamanızı ve odaklanmak üzere üstünde daha çok vakit harcamanızı istediğim şey kavramlardır. Taktikler zamanla gelir geçer. Kavramların zamanı yoktur.

> İtirazların iki gruba ayrıldığını keşfettim. Birincisi, muhtemel katılımcıların kendi becerileri hakkındaki sınırlı inançlarıyla ilgilidir. Başarılı olabileceklerinden emin değildirler. İkincisi, Ağ Pazarlamacılığına karşı duyulan sınırlı inançla ilgilidir. Ağ Pazarlamacılığının hayattaki hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacağından emin değildirler.

Bu iki kategori için de en iyi kavramlardan birisi empatidir. İnsanlarla nasıl ilişki kurduğunuz önemlidir. İnsanlarla ilişki kurmanın bildiğim en iyi yolu, sizin tıpkı onlar gibi olduğunuzu bilmelerini sağlamaktır. Sizin de aynı şüpheleriniz, aynı sorularınız, aynı korkularınız vardı ve siz onları yendiniz. İster inanın, ister inanmayın, sizin hikâyeniz (ve başkalarının hikâyeleri) itirazları aşmada işinize her şeyden çok yarayacaktır.

"Hissediyorsun, hissetmiştim, buldum" diye tanımlanan eski bir strateji var. Empati kavramıyla birlikte faydalı oluyor. Bir muhtemel katılımcı bir itirazda bulunduğunda, "Nasıl

t.me/cinciva

hissettiğini(zi) biliyorum. Ben de aynı şekilde hissetmiştim. Ama bak bunun şöyle bir yolunu buldum" diyerek onu cevaplayabilirsiniz. Bunu sözcüğü sözcüğüne ve büyük bir başarıyla kullanabilir ya da kendi hikâyenize ve kendi muhtemel katılımcınıza göre değiştirebilirsiniz.

Muhtemel Katılımcıların Kendi Becerileri ile İlgili Sınırlı İnançları Olduğunda

Bu gruptaki yaygın itirazlar şöyledir:

"Param yok", "Zamanım yok", "Bana göre değil", "Ben satıcı değilim", "Kimseyi tanımıyorum" veya "Çok yaşlıyım", "Çok gencim", "Çok tecrübesizim"...

Bazıları kendilerini akıllı, muhtemel katılımcıyı ise aptal gösteren uçuk kaçık yaklaşımlar öğretirler:

"Paran(ız) mı yok? Kablolu televizyon faturanız mı var? Cep telefonun(uz) mu var? Akşam yemeğini dışarıda yiyebiliyor musun(uz)? Çok paran(ız) olmalı, hadi ama uyan(ın) artık!"

Veya

"Zamanın(ız) mı yok? Ne kadar zaman daha hayatın(ız) da bu gerçeğe yer vermek istiyorsun(uz)? Eğer hayatın(ız) ın değişmesini istiyorsan(ız) önce sen/siz değişmek zorundasın(ız)!" derler.

Bu sözleri okuyunca neler hissediyorsunuz? Eğer birisi bu sözleri size sarf etseydi neler hissederdiniz? Çok kötü, öyle değil mi? Bunlardan daha iyi bir yaklaşım, o kişiyle ilişki kurmak ve ona kendi hikâyemizi anlatmaktır.

Birisi bana gelip de "Şu anda param yok" dediğinde ona şöyle söylüyorum: "Benim de böyle bir sorunum vardı. Yeni

t.me/cinciva

bir işe atılmayı bırak(ın), faturalarımı ödeyecek param dahi yoktu. Fakat düşününce şu durumu idrak ettim: Eğer şu an faturalarımı ödeyecek param yoksa ben bunu ileride nasıl değiştirebilecektim? Hep geride kalmaktan bıkmıştım. Her daim çabalamaktan yılmıştım. Hayattan daha çok şey istiyordum. Sonra ne yaptım biliyor musun(uz)? Bir yolunu buldum. Hayatımda verdiğim en yerinde karardı. Şimdi sana/size bir şey sorayım. Eğer bunun senin/sizin gelecekteki mali durumunu(zu) kontrol altına alacak bir şans olduğunu gerçekten hissediyorsan(ız), gerçekleşmesi için bir yolunu bulabileceğini(zi) düşünüyor musun(uz)?"

10 kişiden 9'u bir yolunu bulabileceğine karar verir. Yine sözcükleri unutun, kavrama odaklanın. Onlara başlangıçta benim de aynı durumda olduğumu, aynı itirazın bende de olduğunu söyledim. Onlara çektiğim sıkıntıdan bahsettim ve bu derdi ortadan kaldıracak bir yol bulduğumu söyledim. Sonuç olarak, aramızda bir bağ oluştu. Birbirimizle empati kurduk. Aynı ümitler ve aynı rüyalarla aynı gemideydik.

Eğer onlarınkine karşılık gelecek kişisel bir hikâyem yoksa ben de başka birisinin hikâyesini anlatırdım. Şirketinizin içerisinde hemen hemen her duruma uyan birçok hikâye vardır. Bu sebeple, muhtemel bir katılımcı size itirazını bildirirse, ona "Ne demek istediğini(zi) biliyorum. Aynı sorundan mustarip olmuş bir arkadaşım var, sana/size onun hikâyesini anlatayım" diyebilirsiniz.

Bu yaklaşımın kendileri ve yaşamları hakkında sınırlı inançları olan insanların itirazlarını gidermeye yararlı olacağını görebiliyor musunuz? Kavram basit, kanıtlanmış ve sonuçları harika.

t.me/cinciva

İnsanların Ağ Pazarlamacılığı Hakkında Sınırlı İnançları Olduğunda

Bu grup itirazlar şunları kapsar:

"Bu Ağ Pazarlamacılığı mı?"

"Bu o şeylerden biri mi?"

"Bu bir piramit yapılanması mı?"

"Ağ Pazarlamacılığı ile ilgilenmiyorum."

"Arkadaşlarımı rahatsız etmek istemiyorum."

"Kaç para kazanıyorsun(uz)?"

Hadi, mesleğimizi yapan insanların çoğunun yüreğine korku salan bir itirazla başlayalım: "Bu Ağ Pazarlamacılığı mıdır ?" ya da "Bu o şeylerden biri midir?" "Bu bir piramit yapılanması mıdır?" "Ağ Pazarlamacılığı ile ilgilenmiyorum" benzeri ifadeler.

Kimileri bu soruyu duyunca biraz asabileşirler. "Piramit yapılanması mı? Dünya üzerindeki her şirkette olduğu gibi mi? Hükümet gibi yani? BÖYLE bir şeyden mi bahsediyorsunuz?" derler.

Muhtemel katılımcılarınıza sinirlenmek yerine bu sorunun nereden kaynaklandığını anlamak önemlidir. Edindiğim tecrübeye göre, bu kişiler ya başarısız bir katılımcıyı tanıyorlardır ya da bizzat kendileri bir gruba katılmışlardır (daha önce anlattığım gibi sanal bir piyango bileti almışlar ve bu da bir sonuç getirmemiştir). Bu senaryo bu tür bir soru soran insanların % 90'ını kapsar. Geri kalanlar ise bu gibi fırsatları duymuş ve haklı olarak çabuk zengin olma vaadine şüpheyle bakmaktadırlar.

t.me/cinciva

Eğer böyle bir soruyu bir duyguyla sorarlarsa, onların bir zaman Ağ Pazarlamacılığına katılmış olduğunu anlar ve şöyle derim: "Bir dakika! Senin/sizin bu konuda anlatacak bir hikâyen(iz) var. Anlat(ın), neler oldu? Daha önce Ağ Pazarlamacılığına mı katıldın(ız)?" Sonra onların hikâyelerini anlatmalarına izin verin. Bu onların açılmasını sağlar. Kalkanlarını düşürür ve size onlara deneyimleri hakkında bazı sorular sorma imkânı verir.

Şimdi size tipik bir örnek vereyim. Ben davet sürecimi başlatınca muhtemel katılımcı, "Bir dakika! Bu Ağ Pazarlamacılığı mı?" diye konuşur. Bunu öyle bir duyguyla söylerler ki ben de şöyle karşılık veririm: "Anlaşılan, senin/sizin bu konuda anlatacak bir hikâyen(iz) var. Daha önce Ağ Pazarlamacılığına mı katıldın(ız)? Anlat(ın), neler oldu?"

Onlar da "Evet, birkaç yıl önce bir şirkete katıldım, onlardan ürün satın aldım ve bütün paramı kaybettim" derler. "Başarısız olmanı(zı)n ardındaki sebep sence/sizce neydi acaba?" diye sorarım.

"İşte, bir arkadaşım beni katılmaya ikna etti. Çok zamanım yoktu, daha çok insan hemen katılım yapar zannettim, ama katılmadılar. Sanırım ben de konuya olan ilgimi kaybettim" derler. "Bu konuda gereken özeni, gayreti gerçekten gösterdiğini(zi) düşünüyor musun(uz)?" diye sorarım.

"Hayır, tam anlamıyla değil" derler. "Sence/sizce problem Ağ Pazarlamacılığında mıydı? Yoksa zamanlama doğru olmamış olabilir mi?" diye sorarım. "Büyük bir ihtimalle sorun zamanlamadaydı" derler.

Burada işleyen dinamiği görüyor musunuz? Ben bu tür konuşmaları binlerce kez yaptım ve her biri bir diğerinden çok az farklıydı. Fakat bazı sorular sorar ve süreç boyunca

t.me/cinciva

arkadaşça davranırsanız, onların kör noktalarından kurtulmalarına ve sunduğunuz şeyi incelemelerine yardım etmeniz için kuvvetli bir fırsat elde edersiniz.

Ayrıca, onlara sizin de başlangıçta aynı itirazda bulunduğunuzu söyleyip bunu nasıl yendiğinizi anlatarak aranızda bir bağ kurabilirsiniz. Eğer birisi "piramit" sözcüğünü kullanırsa, hemen "Piramit yapılanmaları yasalara aykırı. Ben yasal olmayan herhangi bir şeyin içinde asla bulunamam" derim.

Herhangi bir duyguya yer vermeksizin itirazda bulunan insanlara ise, "Evet, bu bir Ağ Pazarlamacılığı. Hakkında herhangi bir bilgin(iz) var mı?" derim. Yine, sorular sorup cevaplarını beklerim. Bu cevaplardan yeni sorular sorarım ve bu süreç boyunca karşımdaki kişiye yönelik eğitim ve kavrayış sağlama amacıma ulaşmış olurum.

"Arkadaşlarımı rahatsız etmek istemiyorum" itirazı diğerlerinden biraz farklıdır. Yine kendi hikâyemi veya başka birisinin hikâyesini anlatarak onlarla kendi aramda bir bağ kurarım. Sonra "Sana/size arkadaşlarını(zı) rahatsız etmek durumunda kalacağını(zı) düşündüren şey nedir?" "Eğer bir ürüne gerçekten inansaydın(ız), arkadaşların(ız)a ondan bahsetmez miydin(iz)?" "Eğer bu ürünü diğer insanlarla satış konuşması gibi hissedilmeden nasıl paylaştığımızı sana/size anlatsam bunun sana/size bir yararı olur mu?" sorularını yöneltirim.

Bu grubun son itirazı ise "SEN/SİZ kaç para kazanıyorsun(uz)?"dur. Para kazanmaya çoktan başlamışsanız bu şahane bir sorudur. Eğer henüz kazanmıyorsanız, cevabınız Ağ Pazarlamacılığında ne kadar süredir bulunduğunuza bağlıdır. Eğer henüz mesleğin çok başındaysanız, onlara henüz

t.me/cinciva

yeni başladığınızı söyleyebilirsiniz. Şayet kısa bir süredir uğraşıyor ve çok kazanamıyorsanız, yarı zamanlı çalıştığınızı, ancak bu şirkette geleceğinizle ilgili gerçekten heyecanlı olduğunuzu söyleyebilirsiniz. Onlara, ayrıca, eğer değiştirmek için bir şey yapmazsanız işlerin hiç değişmeyeceğini bildiğiniz için, bu şirkette geleceğiniz hakkında gerçekten heyecan duyduğunuzu söyleyebilirsiniz.

Bu soruya cevap vermenin başka bir yolu da önce kendi hikâyenizi anlatıp sonra iyi para KAZANDIĞINI bildiğiniz başka kişilerin hikâyelerini anlatmaktır. Aynı zamanda sunduğunuz fırsat hakkında kendilerini daha rahat hissedebilmeleri için, bu iyi kazançlı insanlarla bir telefon görüşmesi ayarlamayı da önerebilirsiniz.

Bütün bunlar pratik yapmayı gerektirir, fakat kavramları iyi öğrenirseniz, işinizin kolaylaştığını göreceksiniz. Sizi yüreklendirecek bir diğer şey, meslek hayatınızın geri kalan bölümünde bu tür, sadece bir avuç dolusu kadar aynı itiraza muhatap kalacağınızdır. Bu konuda başka yeni bir şey yoktur. Bu bölümde listelediklerim var olan itirazların hemen hemen hepsidir. Hatırlayın, amacımız eğitim ve kavrayış sağlamaktır. Bu da, bu amacı gerçeğe dönüştüren sürecin bir parçasıdır.

CİNCİVA
BOOKS
t.me/cinciva

t.me/cinciva

Sekizinci Bölüm

Beceri # 5

Muhtemel Katılımcılarınızın Müşteri veya Distribütör Olmasına Yardımcı Olmak

Bu beceri, muhtemel katılımcınızı profesyonelce takip etmenin doğal bir getirisidir. Görüşme ardına görüşmeyle yola devam ederken, eğitim ve kavrayış sağlama hedefimiz gerçekleşmiş olacak. Ancak bu, muhtemel katılımcınızın size gelip bir sipariş ya da başvuru formu doldurmak isteyeceği anlamına gelmez. Onları bir karara yönlendirmek sizin işinizdir.

Bu alandaki başarının anahtarı, iyi bir duruş sergileme ve güzel sorular sormanın bir arada olmasıdır. İyi bir duruş, vücudu güzel taşımak demektir. Seçtiğiniz sözcükler ve davranışlarınız sunduğunuz fırsata dâhil olma konusunda muhtemel katılımcınızın kendisini daha güvende hissetmesini sağlayacaktır, aksi halde şüphe tohumları ekecektir.

İlk yıllarımda, duruşum felaketti. Eğitim ve kavrayış sağlamayı amaçlayan daha soylu bir hedefin peşinden gitmek

t.me/cinciva

yerine muhtemel katılımcıyı "grubuma eklemeye" çalışıyordum, o kişi de niyetlerimi hissedebiliyordu. Neticeye karşı çok duygusal bir yaklaşımım vardı. İhtiyaç sahibi olduğumu bile söyleyebilirdiniz. Sürecin bu kısmına her gelişimde bunun gerçekleşmesini çok ama çok istiyordum. Yine, muhtemel katılımcı benim duygusal yaklaşımımı hissediyor ve bu durum çoğu kez onu korkutup kaçırıyordu.

Netice alamadığımdan ve bunun nedeninin farkına bile varamadığımdan dolayı, daha baştan insanların ilgilenmeyeceğini varsaymaya başladım. Bu varsayım yavaş yavaş her şeye nüfuz etmeye başladı; bu da, tahmin edilebileceği üzere, muhtemel katılımcının gruba katılmaması sonucuna yol açıyordu.

Çoğu zaman tam anlamıyla hazırlıklı olmuyordum. Başvuru formları, başlangıç materyalleri ya da artık her ne gerekiyorsa bende yoktu. Bunun muhtemel katılımcılarımın bilinçaltında yarattığı etkiyi bir düşünün. Neredeyse yaptığım her şey bir inanç ve profesyonellik eksikliği gösteriyor gibiydi.

Sorular sormak ve cevaplarını can kulağıyla dinlemek yerine konuştukça konuşuyordum. İlgilenmekten ziyade ilginç olmaya odaklanıyordum. Muhtemel katılımcılar bunu sevmiyor. Hiç kimse sevmez.

Bu sebeple, ben yine profesyonelleri örnek alma düzenime devam ettim. Kapanış sürecini en iyi yapanları izleyip onları kopyaladım. Bu kişilerden en iyi performans gösterenlerle farklı olarak neler yaptıklarını anlamak amacıyla görüşmeler yaptım. Ve yavaş yavaş kendi yaklaşımımdaki zayıflıkları görmeye başladım.

Öncelikle, profesyonellerin kendilerini neticeden duygusal olarak uzak tuttuklarını öğrendim. Başka bir deyişle,

t.me/cinciva

amaçları muhtemel bir katılımcının hayatını olumlu olarak etkileyecek bir kararı vermesine yardımcı olurken onun eğitimini ve konuyu kavramasını sağlamaktır. Profesyoneller, ihtiyaç sahibi durumunda olanların tam tersi durumdalar. Kimseyi "gruplarına eklemeye" çalışmıyorlar. İnsanlara dürüstçe yardım etmeye çalışıyorlar.

İkinci olarak, yaklaşımlarında çok iddialılar. Sundukları fırsatın muhtemel katılımcıya fayda sağlayacağına olan inançları çok güçlü olduğu için karşılarındaki kişinin gruplarına katılmasını bekliyorlar. Kendilerinden kaya gibi eminler. Çoğu profesyonel, birisi katılmama kararı verdiğinde, samimi bir biçimde büyük bir şaşkınlık yaşıyor.

Üçüncü olarak, profesyonellerin ürünü veya fırsatı öne çıkardıkları kadar kendilerini de öne çıkardıklarını öğrendim ki bu bana ilginç geldi. Bununla söylemek istediğim şu: Muhtemel katılımcının kararını vermesine "BANA katılıyorsun(uz)!" diyerek yardımcı oluyorlardı. Kendilerini öne çıkarmaları, "senin/sizin için her şeyi ben yapacağım" demek gibi bir şey değil, daha ziyade "müthiş bir ürünümüz ve müthiş bir fırsatımız var, ben bunu en yükseklere taşıyacağım ve bunu birlikte yapabiliriz" demek anlamına geliyordu. Bu, insanlara her şeyi tek başlarına öğrenmek zorunda olmadıklarını bilmek bakımından büyük bir rahatlık veriyor.

Dördüncü olarak, profesyoneller her daim hazırlıklılar. Her daim. Bir kişiyi hemen aynı yerde başlatmak için gerekli olan her şey ellerinde mevcuttur.

Beşinci olarak, profesyoneller soru ardına soru soruyorlar ve çok iyi dinleyiciler. Birisinin sorununu çözmeye çalışan bir danışman gibi davranıyorlar. Dünyanın en iyi danışmanları bir çözüm önerisinde bulunmadan önce karşılarındaki kişiye bir

t.me/cinciva

dizi soru sormak zorundadırlar. Ağ Pazarlama Profesyonelleri de soru sormayı en kuvvetli araçları olarak kullanıyorlar.

Tahmin edebileceğiniz üzere, bütün bunları anlamak benim biraz vaktimi aldı ve bu da savaşımın yarısı demekti. Bilgiyi edinmek ile bilgiyi uygulamaya sokmak ayrı şeylerdir. Profesyoneller kadar becerikli değildim, fakat yaptıklarını kopyalayabiliyordum, böylece tam da onlar gibi davranmaya başladım.

Duygusal bağ kurmadan hareket ettim (başlarda gerçekten böyle değildim); insanların grubuma katılacağı yönünde çok iddialı bir yaklaşım geliştirmeye başladım (başlarda hiç böyle düşünmüyordum); insanlara artık "BANA katılıyorsun(uz)!" demeye başladım (başlangıçta bunun kendilerine öyle büyük bir yarar sağlayacağını düşünmüyordum doğrusu); her daim hazırlıklıydım; ilginç olmaktan ziyade ilgili olmaya odaklanarak insanlara pek çok soru sormaya başladım.

Ve zaman geçtikçe daha da az rol yaptım ve daha da çok inandım. Aynı şey size de olabilir.

Şimdi sorulardan bahsedelim. Bir danışman olsaydınız ve göreviniz de sunulan bir fırsatın müşteriniz için uygun olup olmadığını anlamak olsaydı, ne yapardınız? Sorular sorardınız, değil mi?

Muhtemel katılımcınızın sunduğunuz fırsat hakkında olumlu bir karar vermesine yardımcı olurken siz de aynı şeyi yapacaksınız. Ancak, sizi hiçbir yere götürmeyen, "Ne düşü- nüyorsun(uz)?" yerine, olumlu bir yönlendirme sağlayan sorular sormayı öğrenin.

"Bu sana/size anlamlı geldi mi?"

"Az önce gördüğün(üz) şeyin en çok neyini beğendin(iz)?"

"Çok heyecan verici, öyle değil mi?"

t.me/cinciva

"Bunun senin/sizin için nasıl bir fırsat olabileceğini görebiliyor musun(uz)?"

Bu örneklerin arasında benim en çok kullandığım ise, "En çok neyi beğendin(iz)?" sorusudur. Bu soruya verilen cevap genelde her zaman olumlu olur ve karşınızdakinin en çok hangi alanla ilgilendiği hakkında size ipuçları verir.

Sonra şöyle konuşmayı severim: "Şimdi sana/size bir sorum var. 1 - sıfır ilgi, 10 - hemen başlamaya hazır anlamına gelecek şekilde, 1ila 10 arası bir ölçeklendirmeyle, kendin(iz)i nerede görüyorsun(uz)?" O vakit size bir sayı söyleyecekler. Söyledikleri sayıdan ya karar vermeden önce daha fazla bilgiye ihtiyaç duydukları ya da işe hemen başlamaya eğilimli oldukları anlaşılır.

Şayet daha çok bilgiye ihtiyaç duyduklarını hissediyorsanız, onları en çok faydası dokunacak olan bir sonraki görüşmeye yönlendirin. Fakat hemen başlamaya hazır olduklarını hissediyorsanız, dört soruluk bir dizin kullanın. Bu "Dört Soru Dizini" meslek hayatım boyunca çok güçlü ve tutarlı neticeler sağlamıştır. Eğer öğrenip kullanırsanız, ne kadar çok kişiye yardımcı olabildiğinizi gördüğünüzde çok şaşıracaksınız.

Soru # 1: "Gördüklerini(zi) temel alarak bu şirkette yarı zamanlı çalışmaya başlarsan(ız), ayıracağın(ız) vakti göz önünde bulundurarak, ayda yaklaşık ne kadarlık bir kazanç sağlamaya ihtiyaç duyarsın(ız)?"

Çoğu distribütör bu soru yerine, "Ayda 10.000 dolar kazanmaya ne dersin(iz)?" diye sorarlar. Sakın bunu yapmayın. Ne kadar kazanç istedikleri hakkındaki düşüncenizi onlara dayatmadan, onlara bunun ayıracakları zamana değmesi için ne kadar getirmesi gerektiğini düşündüklerini sorun ve cevaplarını bekleyin.

t.me/cinciva

Soru # 2: "Böyle bir geliri elde etmek için her hafta yaklaşık kaç saat ayırabilirsin(iz)?"

Şimdi bu geliri elde edebilmek için ne kadar vakit ayırabileceklerini görmek için zihinlerinin içine inmek ve zihinsel takvimlerini kontrol etmek zorundalar.

Soru # 3: "Belirttiğiniz kadar saatte böyle bir geliri elde etmek için kaç ay çalışırdın(ız)?"

Bu soru, eğer 1. soruya cevap olarak verdikleri kazancı istiyorlarsa, onları kendilerini işe verme düzeylerini düşünmek durumunda bırakır.

Soru # 4: "Eğer sana/size [birinci soruya cevap olarak söylediğin(iz)] aylık geliri, [ikinci soruya cevap olarak söylediğin(iz)] haftalık saat miktarı kadar çalışarak, [üçüncü soruya cevap olarak söylediğin(iz)] ay sayısı sonunda nasıl kazanabileceğini(zi) göstersem, işe başlamaya hazır olur musun(uz)?

Bu soruya çoğu kez olumlu bir cevap alırsınız. İnsanlar "Tabii, nasıl olduğunu göster(in) o zaman" deyince, hemen ödeme planınızı ortaya çıkarıp onları hedeflerine ulaştıracak makul bir oyun planı hazırlayabilirsiniz.

İnsanların gerçekçi olmayan rakamlar söylediği durumlar nadirdir. Bir ay boyunca haftada iki saat çalışarak 10.000 dolar kazanmak istediklerini söyleyebilirler. Bu çok sık olmaz, ama olur. Böyle bir durumda, bir danışman olarak davranıp şöyle dersiniz: "Beklentilerin(iz) gerçekten çok yüksek. 10.000 dolar kazanabilirsin(iz) ancak bu, ayırmayı planladığın(ız) dan daha çok saat, daha çok ay çalışmanı(zı) gerektirir. Eğer bu beklentilerini(zi) değiştirmeye razıysan(ız) konuşabiliriz."

Eğer bu dört soru sonucunda olumlu bir cevap almazsanız, hiç önemli değil. Bu, "muhtemel katılımcının başlamaya

t.me/cinciva

hazır hale gelmeden önce daha çok görüşmeye ihtiyacı var" demektir. Bir sonraki görüşmenin zamanını ayarlayın ve bu süreci sonuna kadar tekrar edin. Bu beceri pratikle gelişecektir. Fakat geri kalan meslek hayatınız boyunca size faydası dokunacak bir beceridir. Şayet Ağ Pazarlamacılığına katılmayı düşünen insan sayısının çok olmasına rağmen eyleme geçen sayısının yeterli olmamasından bıktıysanız, bu beceri size yardımcı olacaktır.

t.me/cinciva

Dokuzuncu Bölüm

Beceri # 6
Yeni Distribütörünüzün Doğru Bir Başlangıç Yapmasına Yardımcı Olmak

Ağ Pazarlamacılığında insanlar başkalarını gruplarına katmak için büyük çaba, vakit ve para harcarlar, sonra da yeni distribütörlerini her şeyi kendi başlarına öğrenmek durumunda bırakarak bütün bu yatırımlarını boşa çıkarırlar. Profesyoneller bunu yapmaz. Makul beklentiler içine girerler, bazı çabuk neticeler alınmasına yardımcı olurlar ve yeni distribütörlerine mesleğimizin birçok aşaması boyunca rehberlik etmeye devam ederler.

Ben, yeni distribütörlere rehberlik etmede çok becerikli olan Michael Nelson'un ilk zamanlarımda akıl danışmanım olması nedeniyle yeterince şanslıydım. Michael benim üst grubumda değildi, fakat şehrimdeki lider şüphesiz oydu. Bunun yanında, mesleğimizde çok tecrübe sahibiydi. Bu yüzden, onun söylediklerine kulak verdim, yaptıklarını izledim ve ona tonlarca soru sordum.

O günlerde evime yakın küçük bir ofisi vardı ve ben de bir şeyler öğrenmek için her zaman uğruyordum. Michael yeni

t.me/cinciva

katılımcılar kazanma konusunda çok başarılıydı. Her zaman yeni birilerini buluyordu. Bu insanların çoğu da işlerinde başarılı oldular. Bu bende olmuyordu. Grubuma kattığım çok az sayıda insan hiçbir şey yapmadı.

Michael'ı izlerken, kendisine her yeni distribütör katıldığında "Oyun Planı Söyleşisi" diye adlandırdığı bir şey planladığını fark ettim. Onun yaptığını örnek almaya kara verdim. Bu nedenle, yeni bir distribütörle bir araya geldiği bir sonraki söyleşide, konuşmalarıyla ilgili not tutabilecek kadar yakın bir mesafede arkalarına oturdum. Birkaç kez yaptım bunu ve onun her seferinde tamı tamına aynı söyleşiyi gerçekleştirdiğini görünce şaşırdım. Bu söyleşi sürecini öğrenirsem onun gibi neticeler elde etme konusunda şanslı olacağımı düşündüm.

Oyun Planı Söyleşisi – 1. Bölüm

Distribütör olma kararlarını onayladı. "Bu kararı alman(ız) dan dolayı seni/sizi tebrik ederim. Hayatın(ız)ın yönetimini ve sorumluluğunu üstlendiğin(iz) için seninle/sizinle gurur duyuyorum. Bundan sonra, sen/siz ve ailen(iz) için her şey farklı olacak" gibi sözler sarf etti. Söyleşi hep beş dakikadan kısa sürdü; fakat yeni katılımcıların distribütör olmayla ilgili akıllarında herhangi bir soru işareti varsa, konuşmaları bitmeden önce hiçbir şüpheleri kalmıyor, kendilerini çok iyi hissediyorlardı.

Oyun Planı Söyleşisi – 2. Bölüm

Onların beklentilerini düzenledi. Çoğu insanın bizim mesleğimize gerçekçi olmayan beklentilerle geldiğini biliyordu; bu sebeple, şu üç şeyi hep söyledi:

"Bu meslekte başarılı olursan(ız), bu başarıyı sağlayan sen/siz olacaksın(ız), ben değil. Eğer başarısız olursan(ız), bu

t.me/cinciva

başarısızlığa sebep sen/siz olacaksınız, ben değil. Başarıyla başarısızlık arasındaki fark sen/siz olacaksın(ız). Ben sana/size yolun her aşamasında rehberlik etmek üzere buradayım, ancak işini(zi) senin/sizin yerin(iz)e ben yapamam. Ben senin/sizin için değil, ama seninle/sizinle birlikte çalışmak üzere buradayım."

Vay canına! Bu radikal bir yaklaşımdı ve benim birisini distribütörlüğe başlatırken yaptığım konuşmalardan çok farklıydı! "Senin/sizin ürettiğinizden pay alıyorum; bu nedenle, ben esas itibariyle senin/sizin için çalışıyorum!" gibi şeyler söylüyordum.

Peki, BUNUN distribütörün zihninde ne tür bir beklentiye yol açtığını düşünüyorsunuz? Ben aynı zamanda, aslında doğru olmadığı halde, "BİZ birlikte bir iş kuracağız" derdim. Bir iş kurmaya ONLARIN ihtiyacı vardı. Ben onlara ancak bir kaynak olabilirdim, ama bunu onların yerine yapamazdım.

Michael, sonra "Benim işim, mümkün olan en kısa zamanda senin/sizin benden bağımsız hale gelmeni(zi) sağlamaktır. Bunun iyi bir hedef olduğuna hemfikir misin(iz)?" derdi.

Bu da radikaldi, ama anlamlıydı. O vakte kadar, bana son derece bağımlı bir grubum vardı benim. Ancak onları zorlarsam bir şey yapıyorlardı. Fakat Michael'ın sürekli yardımına ihtiyaç duymaksızın kendi başına üreten bir grubu vardı. Grubunda çoğaltma ve bağımsızlık hâkimdi. Bende ise bunlar yoktu. Bu durum ilişkilerine öyle bir düzen veriyordu ki Michael grubunun kölesi değil, öğretmeni durumundaydı. Onlara gerekli becerileri gösterebiliyor, onlar da o noktadan daha ileriye bağımsızca gelişebiliyorlardı.

Michael'ın söylediği üçüncü şey, "İşini(zi) kurarken şüphesiz iniş çıkışlar olacak. İyi günler, kötü günler yaşanacak.

t.me/cinciva

Bana telefon etmediğin(iz), toplantılara, telefonda konferans görüşmelerine katılmadığın(ız), senden/sizden mazeretler duymaya başladığım ve benzeri şeylerin yaşandığı zamanlar, kötü günlerden geçtiğini(zi) anlayacağım. Bu senin/sizin başın(ız)a geldiğinde –ki herkesin başına gelir– benim nasıl davranmamı istersin(iz)? Seni/sizi yalnız başın(ız)a bırakmamı mı, yoksa üstün(üz)e gidip sana/size bu mesleğe katılma kararını öncelikle niye verdiğini(zi) hatırlatmamı mı istersin(iz)?"

Bu çok akıllıcaydı, çünkü herkesin kendinden şüpheye düşeceği zamanların olacağı doğrudur. Michael, onlara bunun doğal olduğunu bildiriyor ve aynı zamanda böyle bir durum yaşandığında onları gittikleri yoldan geri çevirecek biçimde kendini konumlayarak aralarındaki ilişkiyi düzenliyordu.

Michael'ın bu üç kavramla başardığı şey, benim yaptığım gibi dünyaları vaat etmekten geceyle gündüz kadar farklıydı. Benim yaklaşımımda, distribütör arkasına yaslanır benim çalışmamı beklerdi. Ben de çok meşgulsem veya başka bir sebepten dolayı yardım edemediysem, işlerin iyi gitmemesinin basit sebebi hemen ben olurdum. Michael'ın yaklaşımıyla ise, onun katılımcıları çabucak bağımsız hale geliyordu. Onlara zaman zaman danışmanlık yapıyordu, fakat grubunun kendisini başarısızlıklarının mazereti olarak kullanmasına izin vermiyordu. Benim distribütörlerim bocalayıp dururken, onunkiler gelişti.

Oyun Planı Söyleşisi – 3. Bölüm

Michael yeni katılımcıya yardımcı olacak bir "yeni başlayan kontrol çizelgesi" kullanıyordu. Planın içeriği her şirkete göre farklılık gösterebilirdi, fakat kavram hızlı sonuçlar elde edebilmek için mümkün olan her şeyi yapmaktı

t.me/cinciva

İşte yeni başlayan kontrol çizelgenize dâhil edebileceğiniz bazı örnekler:

1 Yeni distribütörünüzün uygun ürünlerle donandığından emin olun. Hemen hemen her şirkette distribütörün şahsen kullanabileceği ürünler vardır; bu yüzden, sizin distribütörünüzün de bu ürünleri kullanmasını sağlayın. Şirketinize göre, bu aylık bir taahhütname içerebilir. İnsanların ürünlerle duygusal bir bağ kurması çok önemlidir ve bu bağ ancak onları bizzat kullandıkları, ürünlerin avantajlarından bizzat yararlandıkları zaman mümkün olur. Bunun yanı sıra, çoğu şirketin gösterimlerde numune olarak kullanabilecek ürünleri mevcuttur. Böylece, yeni distribütörler doğru bir şekilde hazırlıklı olabilmeleri için uygun bir ürün stokuna sahip olmalıdırlar.

2 Yeni distribütörünüzün uygun araçlara sahip olduğundan emin olun. Üçüncü şahıs araçların Ağ Pazarlamacılığında büyük ve başarılı bir iş kurmak için öneminden söz etmiştik. Yeni distribütörünüzün, muhtemel katılımcılarının görüşme sürecinden profesyonelce geçmelerini sağlayacak olan araçlarla onlara yardımcı olabilmesi için hazırlıklı olması gerekir.

3 Yeni distribütörünüzün şirketle ilişkiye geçmesini sağlayın. Ona yakında gerçekleştirilecek olan etkinliklerin nerede gerçekleştirileceği, liderlik görüşmelerinin veya internet seminerlerinin ne zaman yapılacağı gibi konulara dair bilgilere şirketin internet sitesinden nasıl ulaşacağını gösterin. Hatırlayın, amacımız mümkün olduğu kadar hızlı bir şekilde onların bağımsızlaşmasına yardımcı olmak. Bu, o amacı gerçeğe dönüştürmek için önemli bir adımdır.

t.me/cinciva

4 Yeni distribütörünüzün ödeme planı hakkında temel bilgileri edinmesini sağlayın. Başlangıçta çok detaylı bir şekilde bilmelerine gerek yoktur, fakat en azından ana noktaları ve ilk birkaç düzeyde ilerlerken mali olarak neler olacağını anlamaları gerekir.

5 Yeni distribütörünüzün muhtemel katılımcılarını sunulan imkân hakkında daha fazla bilgi edinmeye nasıl uygun bir şekilde davet etmesi gerektiğini temel olarak kavramasını sağlayın. Ona profesyonel bir davet sürecinin nasıl ve neden işe yaradığına dair kısa bir bilgilendirme yapmak suretiyle, onu doğrudan muhtemel katılımcılara koşup kendi kafasından konuşarak çok az sonuç almaktan veya hiç sonuç alamamaktan kurtarabilirsiniz.

Oyun Planı Söyleşisi – 4. Bölüm

Michael yeni distribütörün ilk birkaç düzeyi geçmek üzere bir oyun planı yapmasına yardımcı oluyor ve onları bunu çabucak yapmaya yönlendiriyordu. Birisinin sonuçlara çabucak ulaşmasına yardım etmenin bir nevi yarış olduğunu anlamıştı ve benim de kavramama yardımcı oldu. Eğer distribütörler erkenden olumlu pekiştireç alırlarsa devamını getiriyorlardı. Şayet alamazlarsa, şevkleri sönüp gidiyordu.

Her şirket birbirinden çok farklıdır; bu nedenle her şirketteki oyun planı da farklı olacaktır. Ancak, ilk haftalarında ulaşabilecekleri en iyi sonuçları almalarını sağlamak için, insanları atmaya teşvik edeceğiniz basit adımları düşünün.

İlk müşterilerini nasıl bulabilirler?

İlk distribütörlerini nasıl bulabilirler?

Onları ilk şirket etkinliklerine katılmaya teşvik edebilir misiniz?

t.me/cinciva

Onların ilk komisyon ücretlerini almalarına yardımcı olmak için hangi adımları atabilirsiniz?

Ağ Pazarlamacılığında başarı kazanmak, ta ki o ilk ödemeyi alana değin, benim için gerçek bir şey değildi. İlk kazancımı aldığımda her şey değişti. Kendim ve ailem için daha güzel bir hayat kurmayı artık gerçekten düşlemeye başladım. Yeni katılımcınızın hızlı bir başlangıç yapmasına yardımcı olmak hayati öneme sahiptir.

Oyun Planı Söyleşisi – 5. Bölüm

Michael söyleşisini her zaman bazı belirli görevler vererek sonlandırıyordu. Öğrendiğim bir şey de, yeni distribütörlerin yönlendirilmeye can attıkları ve verilen küçük görevlere çok güzel yanıt vermeleridir. Michael söyleşisini hep bu görevlerin tamamlanması için bir mühlet vererek sonlandırırdı. Yeni distribütörüne belirli bir tarihe kadar kendisine dönüş yapmasını söylerdi.

Bu görüşme ayarlama sürecine çok benzer. Görüşmeden görüşmeye geçersiniz, fakat bu o kişi distribütör olunca bitmez. Profesyoneller görüşmeden görüşmeye, görevden göreve devam ederler.

Bütün bu sürecin amacı, yeni distribütörün "eşiği aşmasına" yardımcı olmaktır. Birisi bu mesleğe başladığında, her zaman başarı ve başarısızlık arasında bir eşik çizgisi vardır. Eşiğin bir tarafında vazgeçmek devam etmekten kolaydır. Öteki tarafında ise, devam etmek vazgeçmekten kolaydır.

Bir kişinin eşiği aşmasına neler faydalı olabilir?

- İlk müşterilerini kazanmak
- İlk distribütörlerini kazanmak
- İlk ödemesini almak

t.me/cinciva

- Büyük bir şirket etkinliğine katılmak
- Grup içinde arkadaşlıklar kurmak
- Niyetlerini dünyaya duyurmak.
- Bir üst düzeye ilerlemek
- Belirli bir başarıdan dolayı tanınmak

Bir kişinin eşiği aşması için daha başka yüzlerce şey vardır. Bir sponsor olarak sizin yapmanız gereken, onların eşiği aşmasına ve hep çizginin öte tarafında KALMALARINA yardımcı olmaktır. Çizgi asla silinmez, hep oradadır ve bir lider olarak, grubunuzdaki kişilerin duygusal anlamda çizginin ne tarafında olduğunu her zaman bilmeniz gerekir. Bu şekilde onları rüyalarından asla kopmamaya teşvik edebilirsiniz.

t.me/cinciva

Onuncu Bölüm

Beceri # 7
Etkinliklerin Tanıtımını Yapmak

Ağ Pazarlamacılığında toplantılar para kazandırır. Bu, bu kadar basit. Evet, teknoloji gittikçe daha etkin hale gelen yöntemlerle insanlarla iletişim kurmamıza yardımcı oluyor, fakat hiçbir şey yüz yüze etkileşimin yerini tutmuyor.

İnsanlarla bire bir veya küçük gruplarla, yerel veya daha büyük etkinliklerde bir araya gelmek, herhangi bir Ağ Pazarlamacılığı organizasyonunun uzun dönemdeki başarısı üzerinde büyük bir etkisi olacaktır. Ancak, bir etkinlik türü var ki en etkilisidir: "şehir dışı" etkinliği. Sponsorluğu şirket tarafından yapılabilir veya üst grup liderliğinizce düzenlenebilir; fakat "şehir dışı" etkinliği, çoğu katılımcının farklı bir şehre seyahat ettiği, bir otelde konakladığı ve bir konferansa veya kongreye katıldığı bir etkinliktir.

Bazıları bu yeni teknoloji dünyasında şehir dışı etkinliklerinin zamanının geçtiğini ve insanların artık bu tür şeyler için seyahat etmeyeceğini ileri sürmeye çalışıyorlar. Size bu

t.me/cinciva

konuda söyleyebileceğim tek şey, bu düşüncedeki kişilerin bizim mesleğimizde en çok para kazananlardan olmadığıdır. Başarılı insanların organizasyonlarını oluşturmak için neler yaptığını incelerseniz, hemen hemen her birinin işlerini kurmada şehir dışı etkinliklerinden temel taşı olarak yararlandığını görürsünüz.

Günlük koşuşturmalarınızdan uzaklaşıp tamamen rüyalarınıza odaklanmanın sihirli bir tarafı vardır. Bir hafta sonu boyunca bile olsa, kendini tamamen işine vermek YARARLIDIR. Bundan, yeniden odaklanma, geleceğinize yeniden bağlanma ve eve dönüp işinizi ileriye taşıyacak şeyleri yapmak için gerekli olan kuvveti toplama amacıyla yararlanabilirsiniz.

Etkinlik sırasında dinlediğiniz sunumlardan güç alırsınız. Bazen birisi hayatınızın doğru bir zamanında bir şey söyler ve bu sizi sonsuza değin değiştirir. 20 yılı aşkın bir süre önce, Johnny Daniel adlı bir kişi, "Birisinin çapını, kuvvetini ancak onu saf dışı eden problemin derecesiyle anlayabilirsiniz" dediğinde bir etkinlikteydim. Bu söz beni kalbimden vurdu ve o günden beri bana hep faydası dokunmuştur. Eğer üzülür veya sıkılırsam içimden bir şey hemen şunu sorar: "Eric'in çapı bu kadar mı?" "Hayır" der, hemen kendimi toparlar ve yoluma devam ederim.

Yıllar boyunca şehir dışı etkinlikleri sırasında bu tür anlardan yüzlercesini yaşadım. Bir etkinlikte suçlamaktan vazgeçtim. Bir etkinlikte profesyonelce davranmaya karar verdim. Başka bir etkinlikte kimsenin beni durduramayacağını anladım. Bir diğerinde zirveye çıkmaya karar verdim. Aslında, şöyle geriye dönüp bakınca, Ağ Pazarlamacılığı mesleğim boyunca bir etkinlik sırasında önemli olmayan tek bir ân bile yaşandığını düşünemiyorum. Etkinlikler bu kadar etkilidir.

t.me/cinciva

Sunumculardan güç almanın yanı sıra, gruba katılma kararınızın doğrulanması bakımından inanılmaz bir geri besleme alırsınız. Bu "toplumsal kanıt" denen bir kavramdır ve çok önemlidir. Bizler, insanoğlu olarak, kendi düşünce ve yaşantılarımızın dışındaki kaynaklardan kanıt bulma ihtiyacı içinde oluruz. Bir şehir dışı etkinliğinde sizinle aynı kararı vermiş birçok başka insanla karşılaşırsınız ve bu size kendinizi iyi hissettirir. Ayrıca, bazılarının nasıl korkularını yenip şirketinizde en üst düzeylere çıktığını da görürsünüz. "Eğer onlar başarabildiyse, ben de belki başarabilirim" diye düşünmeye başlarsınız.

Aynı zamanda, olumlu bir arkadaş baskısından da söz etmek gerekir. Çoğu şehir dışı etkinliği, yarışmayı kim kazandı, kimler bir üst düzeye çıktı, en çok kazancı kim elde etti, kürsüden kimler konuştu gibi konularda bazı tanıtım/bilgilendirme programları içerir.

İlk etkinliğime gidip sahnede yürüyen o insanları gördüğümde aklımdan tek bir düşünce geçti: "Bir dahaki sefere o sahnede ben de yürüyor olacağım." O kadar çok insanın benim henüz yapmadığım şeyi yapmış olmaları ilham vericiydi. Bu bana benim de aynısını yapabileceğimi düşündürdü ve beni bunu gerçekleştirmek için planlı bir şekilde çalışmaya teşvik etti. İlham almanın yanı sıra, bir sonraki etkinlikte işimde biraz ilerleme kaydetmeden görünmek istemedim. Bu olumlu arkadaş baskısı benim korkularımla yüzleşmeme ve başarıyı yakalamama yardımcı oldu.

Genel olarak baktığımızda, şehir dışı etkinliğindeki topluluk duygusu rahatlatıcıdır. Konu Ağ Pazarlamacılığı olduğunda cahillik çeken insanlarla dolu bir dünyada yaşıyoruz hepimiz. Bu durum zaman zaman şevk kırıcı olabiliyor. Fakat

t.me/cinciva

büyük bir etkinliğe gittiğimizde, etrafımızı aniden BİZİM düşündüğümüz gibi düşünen insanlar sarıyor. Benzer inançları, umutları, hayalleri, istekleri ve olumlu davranışları var. Bu müthiş toplulukla vakit geçirmek kelimenin tam anlamıyla boşalmış pillerimizi yeniden doldurabilir böylece bir sonraki hamleyi yapacak gücü kendimizde bulabiliriz.

Şehir dışı etkinliklerinin işinizin başarısı için ne kadar önemli olduğunu bir kez kavrayınca, bu etkinlikleri kendi grubunuza nasıl etkili bir şekilde tanıtacağınızı öğrenmeniz gerekir. Durum gerçekten çok basittir: Grubunuzdan ne kadar çok insan etkinliklere katılırsa, bizim mesleğimizde o kadar çok para kazanacaksınız. En başarılı liderler, bir etkinliğe gruplarından kaç kişinin katıldığını tam olarak bilirler ve her yeni etkinlikte bu sayıyı artırmayı sağlarlar.

Düşünün bir kere. Her biri 100'er kişilik bir gruba sahip iki distribütörü ele alın. A distribütörü her şehir dışı etkinliğine öncelik verip herkesin bunlara katılmasını sağlıyor. B distribütörü ise buna öncelik vermiyor, bu yüzden şehir dışı etkinliklerine grubundan ancak bir avuç insan katılıyor. Hangi grup daha başarılı olacaktır? Aralarında rekabet bile söz konusu olamaz.

Şehir dışı etkinliklerine katılımı teşvik eden bir kültür yaratmanın ilk adımı, katılıma kişisel olarak herkesten çok gönül vermiş olmak ve diğerlerinin de aynı kararı vermesine yardımcı olmaktır. Bu demektir ki insanlara örnek olarak önderlik etmeniz ve hiçbir şehir dışı etkinliğini kaçırmamanız gerekir.

Ben yeni başladığımda bu mesleği nasıl icra edeceğimi bilmiyordum. Param yoktu ve zaman ayıramıyordum; herkes için söz konusu olan engeller benim için de geçerliydi. Ancak,

t.me/cinciva

katıldığım o ilk etkinliğimde her şeyi değiştiren bir şey oldu. Oraya gitmek için gerekli olan parayı zar zor buldum buluşturdum ve insanın başını döndüren bir deneyimdi –sahne, ışıklar, insanlar, hikâyeler– her şey harikaydı.

Oturumlardan biri devam ederken lavaboya gitmek üzere yerimden ayrıldım ve büyük toplantı salonunun girişine geri döndüğümde, kendimi şirketin en çok kazanan insanlarından birinin yanında dikilir buldum! Ünlü bir yıldızın yanındaymış gibiydim. Benim başarmak istediğimi ve hatta fazlasını başarmıştı. Söyleyecek zekice bir şey bulmaya çalışarak yanında bekledim. Nihayet, basitçe kendimi tanıttım ve ona sordum: "Bu mesleğin sırrı nedir?"

Bugün bir sır olmadığını biliyorum, o da bana aynı şeyi söyleyebilirdi, fakat bunu yapmak yerine, biraz sevecen bir hali vardı ve bana bugüne kadar hizmet eden önemli bir ders verdi: "Eric, şu salonu görüyor musun? Yaklaşık 2000 kişilik. Biz bu etkinlikleri yılda üç kez yapıyoruz. İşte sana sır. Bir sonraki etkinlikte bu insanların yarısı gelmeyecek, fakat geri gelen yarısı salondaki diğer herkesin ortalama kazancının iki katını kazanıyor olacak. Senin yapman gereken, geri gelecek olan ilk 1000 kişi arasında olmandır. Bu orada da bitmez. Bir sonraki düzeyde o 1000 kişinin yarısı gelmeyecek, fakat geri gelen 500 kişi salondaki diğer herkesin ortalama kazancının dört katını kazanıyor olacak. Bu etkinlikten etkinliğe böyle devam eder. Eğer geri gelmeye devam edersen, sonuçta salondaki en çok ödeme yapılan insanlardan biri olursun ve nihayetinde kendini sahnede sunum yaparken bulursun."

"Bu kadar mı?" dedim, "Eric, tabii ki etkinliklerin arasında becerilerini geliştirmeye devam etmek zorunda kalacaksın; fakat tecrübeme göre, eğer büyük etkinliklerimize diğer

t.me/cinciva

insanlardan daha çok katılırsan zirveye kadar çıkarsın" diye cevap verdi. Bunu anlamak benim için çok kolaydı. Kendisine teşekkür ettim ve oracıkta büyük bir şirket etkinliğini asla kaçırmama kararı aldım.

Kolay değildi. Bazen etkinlik ücretleri başlı başına bir problem oluyordu. Bu konuya öncelik verdim ve bilet satın almak için bir yol buldum. Bazen çocuk bakımı konusunda sıkıntı oluyordu. Güvenebileceğimiz birini bulana kadar bıkıp usanmadan çocuk bakıcısı aradım. Bazen de etkinliğe nasıl gideyim diye düşündüm taşındım. Ara sıra, hoş, konforlu, doğrudan bir uçuş yerine iki veya üç bağlantılı uçuşları tercih etmek zorunda kaldım. Yeri geldi, uçakla gitmek yerine arabayla, hatta bir grup insanla bir araca doluşarak gittim. Otobüs kiraladığım ve seyahati paylaşmak için bölgemde insan topladığım zamanlar bile oldu. Buradaki önemli nokta, şehir dışı etkinliklerine öncelik vermem ve ne olursa olsun bu seyahatleri yapmamdır.

Kalma yeri konusuna gelince, bugün süit bir odada kalıyorum, fakat her zaman böyle olmadı. Başlangıçta, bir odayı mümkün olduğu kadar çok insanla paylaştım. Öğünleri ucuza getirmek için oda servisini kullanmak yerine yerel bir markete gider ucuza yiyecek alırdık. Mini barı kullanmak söz konusu bile değildi.

Sözün özü, o kadar yıl önce aldığım o öğüt İŞE YARADI. Hırslı ve aç olduğum için, etkinliklere benden daha az gönül vermiş insanlardan daha çok katılmanın bir yolunu buldum ve en çok kazananlardan olan o şahsın aynen söylediği gibi, gelirim her bir etkinlikle artmaya devam etti.

Bunun üstüne, başka tuhaf bir şey daha oldu. Kendimi diğer insanlardan farklı hissetmeye başladım. "Demir Adam"

t.me/cinciva

gibi hissediyordum. Başkaları inancını kaybederken hâlâ dimdik ayakta kaldığım gerçeğiyle gurur duymaya başladım.

Bu sebeple, şehir dışı etkinliklerine katılmaya herkesten daha çok gönül verirseniz, bu çok önemli bağlılık size çok güzel hizmet edecektir.

Siz etkinliklerle gönül bağınızı bir kez kurarsanız, atmanız gereken bir sonraki adım, takımınızdan etkinliklere sizinle birlikte katılanların sayısını arttırmaktır. Çoğu insan, bir sonraki büyük etkinliği grubuna duyurur, geriye yaslanıp insanların etkinliğe kayıt yaptırmasını ümit eder. Profesyoneller ise, "bir duyuran" olmayla "bir tanıtım yapan" olmak arasında büyük bir fark olduğunun bilincindedirler.

Tanıtımcılar etkinliği gruplarında bir öncelik haline dönüştürürler. Mesajlarında ısrarcı olurlar. İnsanlara harekete geçme ilhamı veren hikâyeler anlatırlar. Hiçbir şeyi çantada keklik görmezler ve insanlar etkinliğe kayıtlarını yaptırmadan asla dinlenmezler. Onların zihinlerinde etkinliğin ne kadar muhteşem olacağı ve buna katılımın yararları hakkında bir resim çizerler. Uzun zaman önce öğrendiğim bir şey, insanların mazeretini asla kabul etmemektir, en azından başlangıçta. Size kaç kişinin bir sonraki şehir dışı etkinliğine niye katılamayacağını söyleyerek başlangıç yaptığını anlatamam; sebeplerin gerçekten doğru olmadığını, sadece birer mazeret olduğunu gördüm.

Amatörlerin problemi şudur: Anlatılan ilk hikâyeye inanırlar ve hikâyeleri orada biter. Birisi, "İşlerimi bırakamıyorum", "Katılmak için yeterince param yok", "Köpeğime kim bakacak?" veya "O hafta sonu bir doğum günü partisi var" der, amatör de "Ya, yapacak bir şey yok. O zaman umarım bir sonrakine gelebilirsin(iz)" der.

t.me/cinciva

Profesyonelin ise tamamen farklı bir zihniyeti vardır. Bir itiraz duyduklarında ona hemen inanmazlar, çünkü onun doğru olmadığını, en azından yeterince doğru olmadığını bilirler. Bunun yerine, o etkinliğe katılmanın anlamı ve önemini anlamasına yardımcı olmak için onunla birlikte çalışırlar. Sonra başlangıç problemlerini çözmek için bir yol bulmak üzere onlarla birlikte beyin fırtınası yaparlar.

Size bir sonraki etkinliğe katılmayacağına karar vermiş kaç kişiyle konuştuğumu söylesem inanmazsınız; beş dakika içinde fikirlerini değiştirip kayıt yaptırdılar. Burada alınacak ders şudur: Onlara kendi hikâyenizi anlatın, onların hikâyelerine inanmayın.

Bu beceriyi, siz sanki halka açık bir şirketmişsiniz de, borsa değeriniz her bir şehir dışı etkinliğine grubunuzdan kaç kişinin katıldığıyla doğrudan bağlantılıymış gibi düşünün. Durum böyle olsaydı, her zaman bir sonraki etkinlikte grubunuzdan daha fazla insanla var olmayı önceliğiniz hale getirirdiniz, öyle değil mi? İlk etkinliğe sadece kendinizle başlayabilirsiniz, fakat amaç bir sonrakine yanınızda bazı insanları getirmek ve bu sayıyı bir sonrakinde, daha sonrakinde ve daha da sonrakinde arttırmak olmalıdır. Ağ Pazarlamacılığında sihirli değnek diye bir şey yoktur, ancak bu beceri ilerledikçe buna yakın bir durum ortaya çıkar.

t.me/cinciva

On Birinci Bölüm

Değerli Her Şey Zaman Alır

Birisi geleneksel bir işe başladığında, ilk birkaç sene içinde işten vazgeçmeyi dahi düşünebilir ve muhtemelen ilk beş yıl içerisinde de başlangıç yatırımını geri almayı bekler. Fakat birisi Ağ Pazarlamacılığı işine başladığında, ilk ay içerisinde parasını geri almayı, ikinci ayda kâr yapmayı, üçüncü ayda ise zengin olmayı ümit eder. Bu olmayınca da Ağ Pazarlamacılığını suçlar!

İnsanlar iş kurallarının Ağ Pazarlamacılığına uygulanmasını istemiyor gibiler. Bizim yöntemimiz GERÇEKTEN daha iyi, ama sihirli değneğimiz yok. Değerli her şeyin oluşması, gelişmesi zaman alır.

Ağ Pazarlamacılığı mesleğimin ilk evrelerinde çok önemli bir ders aldım: Hayatınızda zaman zaman geliriniz şansın yardımıyla bir artış gösterebilir. Doğru zamanda doğru yerde olabilirsiniz. Ancak bu yeni yüksek seviyeye siz kişi olarak hemen yükselemezseniz, geliriniz gerçekten olduğunuz seviyeye geri dönecektir. Sonuçta, ne iseniz onu kazanırsınız.

Büyük paralar kazandıktan sonra hepsini kaybeden kaç kişi tanıyorsunuz? Ben bu dersi Ağ Pazarlamacılığındaki ilk

t.me/cinciva

birkaç ayımda acı bir yolla öğrendim. 1988 yılında, sponsorluğa düzeyine göre 1.200 ila 2.400 dolar arasında ödeme yapan, 5.000 dolarlık bir giriş paketi bulunan bir şirkete katıldım. O büyük paralar sunan paketlerin artık mesleğimizden çıkıp gittiğine memnun olmama rağmen, o zamanlar insan hızlı bir şekilde oldukça büyük miktarlar kazanabiliyordu.

O şirketteki ilk ayımda yaklaşık 7.400 dolar kazandım! Hatırlarsanız, stratejim daha babam ulaşamadan hemen arkadaşlarını telefonla aramaktı. Mutluluktan uçuyordum! İkinci ayımda yaklaşık 12.200 dolar kazandım. İnanılmazdı. Fakat sonra acı gerçekle yüz yüze geldim. Ben 12.000 dolarlık biri değildim. Becerilerimi geliştirmeye çalışmamıştım. Kendimi geliştirmiyordum. Sadece rüzgâra kapılmış gidiyordum. Üçüncü ayda aldığım ödemem 1.098 dolar, 60 sent idi. Elimdeki ödemeye bakmak aynada kendime bakmak gibiydi. Bana kim olduğumu gösteriyordu. Çok kötü bir duyguydu.

İlk tepkim işi bırakmak ve aldığım düşük ödemeden dolayı herkesi, her şeyi suçlamak oldu. Fakat nihayet anladım ki daha çok kazanabilmek için ben daha fazlası haline gelmeliydim. Becerilerimi geliştirmek için çalışmam gerekiyordu, böylece işim şansa, zamanlamaya ya da konumlanmaya kalmayacaktı.

Duymuşsunuzdur, "Çabucak zengin olursun(uz)", "Çalışmaya bile gerek yok", "Ürün kendini sattırıyor" gibi çok sayıda kandırmaya yönelik şişirme laflar ederler. Ancak siz bu tür yanlış ve gerçekçi olmayan beklentilere itibar etmeyip KENDİNİZİ geliştirmek için çaba harcamalısınız.

t.me/cinciva

1/3/5/7 Formülü

Mesleğimizde işe yaradığını gördüğüm bir formül var. Ben ona 1/3/5/7 Formülü diyorum. Genel bir kural olarak Ağ Pazarlamacılığında yetkin ve kâr edebilir hale gelmeniz yaklaşık bir yılınızı alır. Bu süre içinde temel konuları öğrenirsiniz, masraflarınızı karşılarsınız ve mesleği öğrenmeye başlarsınız. Tam zamanlı çalışmaya geçmek için yaklaşık üç yıl süren yarı zamanlı istikrarlı bir çalışma gerekir. Altı haneli veya daha yüksek bir gelir elde edebilmek için de yaklaşık beş yıl süren istikrarlı bir çaba lazımdır. Uzman olabilmek için ise yaklaşık yedi yıl süren istikrarlı bir çaba göstermek gerekir.

Bu, kısa vadede bundan daha iyisini yapamazsınız anlamına gelmez. Çoğu insan kısa vadede daha iyisini yapar. Ancak bu durum, bu miktardaki parayı kazanmaya DEVAM ETMEK istiyorsanız, nihayetinde bu konuda uzman haline gelmeniz gerektiği anlamına gelir.

Düşündüğünüzde, yedi yıl çok uzun bir zaman değildir, özellikle de önemli bir bölümünün yarı zamanlı olduğunu göz önüne alırsak. Her hâlükârda yedi yıl yaşlanacaksınız zaten. Bu süre zarfında işinizi sadece yapmış olmak için yapacağınıza, işinizin bir uzmanı haline gelebilirsiniz.

Nasıl Öğrenilir?

Becerilerinize odaklanmaya bir kez kendinizi adadığınızda, atmanız gereken bir sonraki adım, en iyi öğrenme yöntemlerinin bilincine varmanızdır. Benim başıma gelen en iyi şeylerden biri; kötü deneyim, iyi deneyim diye bir şey olmadığını, sadece öğrenme deneyimlerinin var olduğunu anlamamdır. Bu büyük bir dönüm noktasıydı. Başka bir deyişle, sonuçları akışa bırakıp her deneyimden ne öğrenebildiğinize odaklanın. Bu benim üzerimdeki baskıyı oldukça hafifletti.

t.me/cinciva

Her daim şahane deneyimleri aramak yerine, NE KADAR deneyim edinebilirim konusuna odaklandım, çünkü ne kadar çok deneyim edinirsem, o kadar çok öğrenirdim.

Ağ Pazarlamacılığında yüksek kazançlı birinin bir diğer niteliği, benim "aktif öğrenci" demeyi sevdiğim bir durumunun olmasıdır. Bir profesyonel olarak, her daim öğrenirler, her daim büyürler, her daim daha iyi hale gelmeye çalışırlar.

Bunu en iyi Lou Holtz ifade etti: "Bu dünyada ya büyürsünüz ya da ölürsünüz; bu yüzden, ilerleyin ve büyüyün."

Bence bu doğru. Asla öğrenmeyi bırakmayın.

Başarılı Davranışları Örnek Alın

Bu mesleğe başladığınızda Amerika'yı yeniden keşfetmeye gerek yok. İşin zor tarafı çoktan halledilmiş. Hangi şirkette olursanız olun, çok başarılı birini bulmak kolaydır. Konu ister müşteriye ulaşmak, muhtemel katılımcı bulmak, davet etmek, sunum yapmak, görüşme takibi, bitiriş, insanları işe başlatmak veya etkinliklere katılım sağlamak, ister başka bir şey olsun, şirketinizde bu konuları öğrenmiş insanlar bulunmaktadır ve diğer mesleklerdeki durumun tersine, şirketinizdeki insanlar kendi sırlarını sizinle paylaşmak için isteklidirler! Bütün yapmanız gereken, onların davranışlarını örnek almaktır ve sonra onların sonuçlarının zevkini siz de çıkarmaya başlayabilirsiniz.

Dersinizi Çalışın

Ben işitsel programlarla çalışmaya başladım. 1988 yılında, birisi bana Jim Rohn'un Shaklee şirketine yaptığı bir konuşmanın korsan bir kopyasını verdi. Konuşmanın başlığı, "Tohum ve Tohumu Eken" (*The Seed and the Sower*) idi ve bu konuşma

t.me/cinciva

dünyamı sarstı. İddia ederim ki o kaseti arabamda en az 500 kez dinlemişimdir. Oradan Jim Rohn üzerine ders çalıştım ve onun "Başarıya Zorlu Davet" (Challenge to Succeed) başlıklı işitsel programını satın aldım. Bay Rohn bana ümit verdi, fakat daha önemlisi, sürekli kişisel gelişimimde bana yön verdi. O işitsel program benim kişisel gelişim yolculuğumu başlattı.

Yıllar boyunca, hepsi de zihniyetimi doğru yolda tutmamı sağlamada inanılmaz derecede yardımcı olan düzinelerce farklı programdan yararlanmaya devam ettim. İşitsel malzemelerde sihirli bir şey var. Kulağınıza fısıldıyor, size rüyalarınızı, potansiyelinizi ve ona nasıl ulaşabileceğinizi hatırlatıyor. Bunun yanında, tekrar edilebilen bir şey. Büyük bir ihtimalle, bir kitabı tekrar tekrar okumazsınız, fakat işitsel bir programı, özellikle de eğlenceliyse, tekrar tekrar dinlersiniz ve her defasında farklı gibi gelir; farklıdır da, çünkü her defasında SİZ farklısınızdır.

Jim Rohn bana iyi bir okur olmayı da öğretti. Neyi öğrenmek isterseniz öğrenin, o konuya tüm hayatını adamış birisi vardır ve size bütün bu bilgiyi birkaç kuruş karşılığında sunuyordur. Bu tür kitapları kaçırmayın.

Günümüzün elektronik odaklı, dikkat özürlü toplumunda, gittikçe daha az insan kitap okuyor gibi. Bu durum liderler için geçerli değil. En çok kazananlara kitap okuyup okumadıklarını sorun. Daha önemlisi, onlara ne okuduklarını sorun. Ben bir Ağ Pazarlama profesyoneli olmadan önce pek okumuyordum. Ancak 1988'ten beri ayda ortalama dört kitap okuyorum. Bu kitaplar hayatımı ve mesleğimi daha iyiye doğru şekillendirdi. Günde sadece 10 sayfa okumaya vakit ayırın, böylece 300 sayfalık bir kitabı bir ayda bitirebilirsiniz. Bu müthiş bir başlangıçtır.

t.me/cinciva

Video

Video diğer bir müthiş öğrenme yöntemidir. Bazen sadece dinlemek yerine bir eğitim programını izlemeyi seviyorum. "NetworkMarketingPro.com" adresindeki sitemde videoyu ana odak noktam olarak kullanmaya karar vermemin kısmi nedeni budur. Her gün ilginç bilgiler sunan kısa bir video yapsam insanlar çok önemli bilgiler kazanır diye düşündüm. Şayet sitemdeki yüzlerce videoyu incelemek isterseniz, http://networkmarketingpro.com adresini ziyaret edebilirsiniz. Ücretsizdir.

İnternet

İnternet öğrenme ve bilgi toplama yöntemimizi değiştirdi. İnternetteki bilgi notlarından yararlanabilir, videoları izleyebilir, yayınlanan seminerlere katılabilir, hatta yayın teknolojisi sayesinde etkinlikleri "canlı" bile izleyebilirsiniz.

Etkinlikler

Hayat değiştiren bilgileri gerçekten içselleştirmenin bildiğim en iyi yolu etkinliklere katılmaktır. Daha önce de söylemiş olduğum gibi, beni ben yapan çoğu ânı etkinliklerde yaşadım. Bir taraftan, dinleyici için her zaman güzel bilgiler vardır. Öte taraftan, hayatınızdaki bütün diğer dikkat dağıtıcılardan uzaklaşıp, bir etkinlikte olduğu gibi, sadece odaklanırsanız, gerçekten duyma imkânına sahip olursunuz. İki tarafa da faydalıdır.

Dikkat Dağıtıcılar Konusunda Dikkatli Olun

Becerilerinizi geliştirmek için çalışırken, size açık olan tüm seçenekler nedeniyle, zihninize aldıklarınız konusunda şimdi her zamankinden daha fazla dikkatli olmalısınız. Her tarafta

t.me/cinciva

insanlar en son ve en müthiş keşiflerinden bahsederek dikkatinizi dağıtmaya çalışacaktır ve bütün bu fırsatlara gözü kapalı atlamak çok cazip gelebilir. Çok dar bir beceri çeşitliliğine odaklanmanız gerekir: Muhtemel katılımcı bulmak, onları davet etmek, sunum yapmak, görüşme takibi yapmak, bitiriş, insanları işe doğru bir şekilde başlatmak ve etkinliklerin tanıtımını yapmak. "Yapılacaklar liste"nize yenilerini eklemeden önce, BU becerileri iyice öğrenmiş olduğunuzdan emin olun.

Harekete Geçin

Ağ Pazarlamacılığındaki öğrenmenin hemen hemen tümü eylemle gerçekleştirilir. İnsanlarla telefonda nasıl konuşulması gerektiğini öğrenmek istiyorsanız, daha çok telefon konuşması yapın. Eğer evde sunumun nasıl yapıldığını öğrenmek istiyorsanız, o zaman daha çok ev sunumu yapın. Şüphesiz, konuyu kavrayacaksınız. Bu, Ağ Pazarlamacılığında başarı için beceri grupları hakkında bilgi edinmeye çalışmaya devam etmenizin gereksiz olduğu anlamına gelmez, fakat harekete geçmeden önce eksiksiz bilgi edinmeyi beklemenize gerek yoktur anlamına gelir.

İnsanların harekete geçmemesinin kısmi nedeni, utanmaktan endişe etmeleridir. Şayet Ağ Pazarlamacılığında başarıyı yakalamak istiyorsanız, bu korkuyu bir kenara koymayı öğrenmelisiniz. Sebebi şudur: Bir şeyi daha iyi yapmaya çalışırken aynı zamanda iyi görünmek çok zordur. Öğrenirken ve gelişirken nasıl göründüğünüzden endişe etmek yerine, harekete geçmemekten ve potansiyelinizin çok küçük bir kısmıyla yaşamaya devam etmekten korkun.

Şimdi size becerilerimi geliştirmede bana 20'yi aşkın yıldır faydası dokunmuş bir kavramdan bahsetmek istiyorum.

t.me/cinciva

1990'ların başlarında, ben ve bir arkadaşım müthiş bir Ağ Pazarlamacılığı ürünü arıyorduk. Ülkeyi dolaştık ve birçok ilginç insanla tanıştık. Yolculuğumuz bizi Michigan'daki The High Scope Educational Research Foundation (*Geniş Kapsamlı Eğitim Araştırmaları Kurumu*) denen bir kuruluşa götürdü. Çocukların daha etkili bir biçimde öğrenmelerini sağlayacak ilerici ve kanıtlanmış bir yöntemleri vardı.

High Scope'un birçok bileşeni var, ancak beni o zaman en çok etkileyen, bugüne kadar kullanageldiğim "planla-uygula-gözden geçir" (*plan-do-review*) denilen süreçtir. Kurum bu süreci şöyle açıklıyor: "Planla-uygula-gözden geçir sürecinde çocuklar plan yapar, yaptıkları planları uygular ve uygulamaları üzerinde düşünürler. Bunu yaparak inisiyatif almayı, sorun çözmeyi, başkalarıyla birlikte çalışmayı ve amaçlarını gerçekleştirmeyi öğrenirler; oyunları daha amaçlı ve daha odaklı hale gelmiş olur. Planla-uygula-gözden geçir sürecini sınıfınızın günlük akışının ayrılmaz bir parçası haline getirerek, öğrenmeyi nasıl teşvik edebileceğinizi ve çocukların ilgileriyle içsel motivasyonlarından nasıl yararlanabileceğinizi öğrenirsiniz."

Onların bu yöntemin çocukların öğretiminde bir araç olarak nasıl kullanıldığı hakkında anlattıklarını dinlerken benim aklımdan geçen tek şey, bunu kendim ve grubumdaki insanlar için nasıl kullanabileceğim idi. High Scope ürününü bir Ağ Pazarlama ürününe dönüştürmek için işler yolunda gitmese de, benim ve dünyadaki yüzbinlerce insanın daha iyi bir iş kurmak için bu kavramı kullanmamıza yardımcı olmasından dolayı bu kuruma sonsuza değin müteşekkir olacağım.

Bu kavramı 20 yılı aşkın bir süredir şu şekilde kullandım ve öğrettim:

t.me/cinciva

Geliştirmek istediğiniz bir beceri seçin.

1. Bir PLAN yapın.
2. Planınızı UYGULAYIN.
3. Bir sonraki sefer daha başarılı olmak için, aldığınız neticeleri GÖZDEN GEÇİRİN.

Çoğu insan plan yapmaz, harekete geçer ve YAPAR. Hatta daha çok sayıda insan, kendilerini nasıl geliştirebileceklerimi anlamak için aldıkları neticeleri asla GÖZDEN GEÇİRMEZ. Bunun "iyi deneyim, kötü deneyim diye bir şey yoktur; sadece öğrenme deneyimleri vardır" düşüncesiyle nasıl bağlantılı olduğunu görüyor musunuz?

1. Bir PLAN yapın.
2. Planınızı UYGULAYIN.
3. Bir sonraki sefer daha başarılı olmak için, aldığınız iyi ya da kötü neticeleri GÖZDEN GEÇİRİN.
4. Daha iyi bir PLAN yapın.
5. Daha iyi olan o planı UYGULAYIN.
6. Bir sonraki sefer daha başarılı olmak için, aldığınız iyi ya da kötü neticeleri GÖZDEN GEÇİRİN.
7. Planla-uygula-gözden geçir yöntemini uygulamaktan asla vazgeçmeyin, zira nihayetinde deneme-yanılma yöntemiyle bir uzman haline geleceksiniz.

Ağ Pazarlamacılığında öğrenme süreciyle ilgili bu küçük "sır" benim insanlarla paylaştığım en güçlü sırlardan biridir. DNA'mın bir parçasına haline geldi. Umarım, aynı şey sizin de başınıza gelir.

t.me/cinciva

Öğretmek

Öğretmenin öğrenmek için en iyi yollardan biri olduğunu bilmek sizi şaşırtır mı? Bu doğrudur. Eğer bir şeyi gerçekten öğrenmek istiyorsanız, onu başkalarına öğretin. Öğretmek beyninizde başka hiçbir şeyin açamayacağı bir çentik açar.

"NetworkMarketingPro.com" adresindeki günlük video gösterimlerinden en fazla faydayı kim görüyor sanıyorsunuz? Ben! Her gün bu konuda düşünmek, videoyu hazırlamak ve mesajı sunmak zorundayım, bu beni zinde ve oyunumun zirvesinde tutuyor. Her biriniz için burada alınacak ders, grubunuzda sadece bir kişi bile olsa, öğretecek birisini bulmak olmalıdır. Oradan başlayın ve grubunuz büyüdükçe daha da fazla öğretim olanakları bulmaya çalışın. Bunun çok faydasını göreceksiniz.

Arkadaşlıklarınız

Bu Jim Rohn'dan alınan bir diğer önemli derstir. Bana, en çok vakit geçirdiğiniz beş kişinin ortalaması olacağınızı söyleyen Arkadaş Kuralı'nı öğretti. Onlar gibi düşünür, onlar gibi davranır, onlar gibi konuşur, onlar gibi kazanırsınız. Size şunu söyleyeyim: Bu kural gerçektir. Onunla mücadele edemezsiniz.

Ben bütün meslek hayatım boyunca arkadaşlıklarımla ilgili üç şey yapmışımdır:

Öncelikle, hayatıma zararlı etkileri olan kişilerle ilişkimi kestim. Bu kolay bir karar değildir, ama önemli bir karardır. Bazı insanlar sürekli enerjinizi alacaktır.

İkinci olarak, olumsuz insanlarla veya benim hayallerim istikametinde büyümeme yardımı dokunmayan insanlarla

t.me/cinciva

olan ilişkilerimi sınırlandırdım. Bu insanlarla daha az, olumlu etkisi olanlarla daha çok vakit geçirmeyi öğrendim.

Üçüncü olarak ise, beni daha iyi bir insan, daha iyi bir profesyonel haline getirebilecek olan kişilerle arkadaşlıklarımı geliştirmeye çalıştım. Eğer Ağ Pazarlamacılığı Mesleğinde uzmanlaşmayı öğrenmeye çaba harcıyorsanız, sizin aradığınız becerilere sahip olan kişilerle daha fazla birlikte olmanın bir yolunu bulmak sizce de anlamlı değil mi?

Şayet şu an zamanınızı birlikte geçirdiğiniz beş kişiyi gözden geçirmek size biraz fazla stresli bir durum gibi geliyorsa, işte bir tavsiye: Yaklaşık altı ayda bir, beşlinizden bir kişi değişecektir. Ya taşınacaklar, ya yeni bir işe başlayacaklar, ya yeni bir ilişkiye başlayacak ya da bir ilişkilerine son verecekler, yani bir şeyler olacak. Buradaki sır, bu durum olduğunda onların yerini kimin alacağını düşünürken, çok akıllı bir seçim yapmaktır. Çoğu insan bu konuda hiç kafa yormaz, hemen sıradaki insanın o boşluğu doldurmasına izin verir. Bu büyük bir hatadır. Sizi teşvik edecek birisini bulun. Size ilham verecek birisini bulun.

Umarım profesyonelleşmeyi öğrenme süreciyle ilgili bu önerilerin size faydası dokunmuştur. Büyük düşünmekte bir sorun yoktur, ama aynı zamanda sabırlı olmak zorundasınız. Değerli olan her şey zaman alır. Becerilerinizi geliştirmeye devam edin. Dersleri hiç bitmeyen bir öğrenci olun. Bu beceriler hayatınızın geri kalan kısmında güzel bir yer edinmenizi sağlayacaktır.

Kavramanız gereken bir kavram daha bulunmaktadır. Ağ Pazarlamacılığındaki en yüksek kazançlı insanları inceledim. Onlarla söyleşiler yaptım ve arkadaş olduk. Hepsinde ortak olan şey nedir, biliyor musunuz? ÇOK çalışıyorlar. Beni yanlış

t.me/cinciva

anlamayın, muazzam bir yaşamları var ve yaptıkları işi çok seviyorlar, ancak deli gibi de çalışıyorlar. Eğer Ağ Pazarlamacılığında başarı, büyük bir başarı elde etmek istiyorsanız, siz de aynı şeyi yapmak zorunda kalacaksınız.

Ağ Pazarlamacılığının şansla, konumlanmayla veya sizi zengin edecek o sihirli kişiyi grubunuza katmakla bir alakası yoktur. Özgür olmak mümkündür, fakat bir bedeli vardır. Dünya dikkatinizi dağıtmaya çalışırken tutarlı kalabilmek çok çalışma gerektirecektir. Uzun vadeli bir başarı için becerileri öğrenmek ve çok çalışma gerekecektir. Olmanız gereken lider haline gelmeniz çok çaba gerektirecektir.

Ağ Pazarlamacılığındaki bazı insanlar, çalışmak gerektiğini anlayınca mutsuz oluyorlar. Bunların çoğu, bir tür kısa süreli bedava yolculuk için katılıyor bu işe. Artan sıkıntıları tecrübe edince bırakıp gidiyorlar. Siz farklı olun. Yoğun bir çalışma yapabilirsiniz ama bu güzel bir çalışmadır ve sıradan bir insanın gerçek özgürlüğü tadabilmesi için bildiğim en güzel yöntemdir.

CİNCİVA
BOOKS
t.me/cinciva

t.me/cinciva

On İkinci Bölüm

Buna Değer

Ağ Pazarlamacılığı zorlayıcı olabilir. Duygusal bir tecrübedir. İniş çıkışları keskin olabilir. Ancak, sonuçta, birçok sebepten dolayı yapmaya değerdir.

Sizin Yaratacağınız Bir Meslek

Ağ Pazarlama Profesyoneli olmaya karar verirseniz, kendinize sadece bir gelir değil, aynı zamanda bir meslek yaratacaksınız. Ben bu konuyu çok düşünürüm. Doktor, avukat, büyük bir şirketin CEO'su, hatta dünya çapında bir müzisyen olabilmek için gereken becerileri göz önüne alın. Çok yüksek düzeyde bir beceriden ve oldukça yüksek düzeyde bir gelirden söz ediyoruz.

Şimdi de Ağ Pazarlamacılığı Profesyoneli olmak için gereken becerileri göz önünde bulundurun. Öncekilerle karşılaştırıldığında ne kadar KOLAYDIR aslında! Ama hal böyle olduğu halde, Ağ Pazarlama Profesyonelleri daha yüksek düzeyde gelire ve daha yüksek düzeyde özgürlüğe sahiptir.

Herhangi bir mesleğe bakarsanız, bir giriş engeli (dâhil olmanın güçlüğü) ve uzun vadeli bir fayda (dâhil olunca elde

t.me/cinciva

edeceğiniz şeyler) vardır. Örneğin, bir doktor 12 yıl süren bir okul ve stajyerlik dönemi geçirmek durumunda olabilir. Bu, kimimizde olmayan zekâyı, kimimizde olmayan parayı, hatta muhtemelen, kimimizde olmayan tanıdıkları gerektirir. Sonuç olarak, (bu kişilerin çoğu bu faydanın yaptıkları yatırıma değmediğini söylese de) uzun vadeli bir faydadan yararlanmaya başlarlar.

Giriş engeliyle uzun vadeli fayda arasında her zaman bir orantı bulunur. Ağ Pazarlamacılığındaki düşük giriş engeli ve yüksek uzun vadeli kazanç göz önüne alındığında, dünyadaki bütün mesleklerin içerisinde mesleğimizin en iyi orantıya sahip olduğuna dair aklımda hiçbir soru işareti yoktur.

Hayatımda aldığım en iyi kararlardan biri, sağda solda başka işler yapmak yerine Ağ Pazarlamacılığını kendime meslek edinmemdir. Bu alanda profesyonelleşmem bütün farkı yaratan şey oldu ve zamanımın büyük bir çoğunluğunu başka insanların da aynı şeyi yapmalarına yardım etmekle geçirmek müthiş zevkli.

Tadına Çıkaracağınız Bir Özgürlük

Özgürlük ilginç bir sözcük. İş konusuyla ilgili kullanınca, sanırım bu kavramı anlıyoruz, ama içerdiği bütün anlamı anlamıyoruz. Bence, özgürlük seçeneklere sahip olmak demektir. Başkalarının benim yaşamamı istediği hayatı değil, yaşamak istediğim hayatı yaşamak demektir.

Çocukken kurduğunuz düşleri hatırlıyor musunuz? Hayatınızı sınırları olmadan düşleyin bir kez.

- Yataktan hep uykunuzu almış olarak kalkıyorsunuz.
- Sizi tatmin ve mutlu eden bir iş yapıyorsunuz.
- İşinizi sevdiğiniz insanlarla yapıyorsunuz.

t.me/cinciva

• Her zaman tavizde bulunmak zorunda kalmıyorsunuz.

• Canınız çalışmak istediğinde çalışıyorsunuz, fakat eğlenmek istediğinizde eğlenmenize de bakıyorsunuz.

• Sizin için önemli olan insanlarla birlikte bir sürü vakit geçiriyorsunuz.

• Renkli bir yaşam sürüyorsunuz ve yaşamınızı bir yere tıkılıp boşa harcamıyorsunuz.

Özgürlüğün ne olduğu hakkında dimağınızda bariz bir resim ortaya çıktığında, Ağ Pazarlamacılığında başarılı olmak için ödemek zorunda kalacağınız ücretin çok düşük olduğunu göreceksiniz. Korkularınızla yüzleşmek ve özgür bir hayat yaşamak kolaydır, geri kalan günlerinizi yarım bir hayat yaşayarak geçirmek ise zor.

Dokunacağınız Yaşamlar

Kendiniz ve aileniz için özgürlük yaratmak başka, bir başkasının aynı şeyi yapmasına yardımcı olmak tümüyle başka bir şeydir. Bu dünyada yaşam mücadelesi veren çok sayıda insan var. Siz ise insanların kendilerine dair büyük resmi görmelerine yardımcı olma becerisine sahipsiniz. Ümitsizlere ümit aşılayabilirsiniz. Hayallerini teşvik edebilirsiniz. Onlara korkularıyla yüzleşme ve korkularını yenmek için gerekli olan ilhamı verebilirsiniz.

Benim en büyük zevklerimin arasında, başka birisinin hikâyesinde adımın geçmesi vardır. Birisinin yolunu kaybedip de benim onun yolunu bulmasına küçük bir şekilde yardımcı olduğumu anlatışını duymak muhteşemdir. Ağ Pazarlamacılığı bunu büyük ölçekli olarak yapabilmenize imkân tanır. Sadece tek bir kişiye değil, yüzlerce, hatta binlerce insanın daha iyi bir yaşam sürmesine yardımcı olabilirsiniz ve

t.me/cinciva

buradaki heyecan verici taraf ise, bunun sadece bir başlangıç olmasıdır.

Bu durum bir su birikintisine taş atmak gibi bir şeydir. Taş su yüzeyine çarptığında, iç içe halkaların gittikçe büyüyerek su birikintisinin her tarafına çarptığını görürsünüz. Ağ Pazarlamacılığında bazen bütün halkaları görmezsiniz. Bir kişinin hayatı üzerindeki etkinizin farkında olabilirsiniz, belki bir iki halkayı daha hissedebilirsiniz, fakat siz onları görseniz de görmeseniz de yarattığınız halkalar büyümeye devam eder.

İşte yaptığım mesleği bu nedenle yapıyorum. İşte yine aynı nedenle bu kitabı yazdım. İnsanların olumlu etkileneceğini biliyorum; bu suya atılmış bir taştır. Bu girişim başka insanlar üzerinde olumlu bir etki yaratacak ve halkalar oluşmaya başlayacaktır. Sonra o insanlar da aynısı yapacak ve bu durum tekrar tekrar tekrarlanacaktır.

Ağ Pazarlamacılığı sayesinde gerçekten bir fark yaratabilirsiniz.

Tanışacağınız İnsanlar

Ağ Pazarlamacılığı beni en muazzam insanlarla tanıştırdı. Bu meslek size sadece arkadaş grubunuzu genişletme şansı vermekle kalmaz, aynı zamanda onlarla daha çok vakit geçirme imkânı verir. Başka hiçbir meslekte bu kadar tutkulu bir girişimci grubu göremezsiniz. Bu insanlar hayatı sever ve vakitlerini birbirlerinin enerjilerini yükselterek geçirirler. Şimdi size bunun benim için ne anlama geldiğine ve sizin için ne anlama gelebileceğine dair bir örnek vereyim. Bana Amerika Birleşik Devletleri'nden hemen hemen her bir eyaletin ismini veya başka bir devlet söyleyin, size oradan bir arkadaşımın ismini anında vereyim.

t.me/cinciva

Ayrıca, Ağ Pazarlamacılığı bana kahramanlarımdan birçoğuyla tanışma fırsatını verdi. İçlerinde Anthony Robbins, Brian Tracy, Denis Waitley, merhum Stephen Covey, Tom Peters, Les Brown, merhum Og Mandino, David Bach, Robert Kiyosaki, Harvey Mackay, Art Williams, Ken Blanchard, Tom Rath, Daniel Pink, Mark Victor Hansen, Jack Canfield, Jeffrey Gitomer, Gary Vaynerchuk, Tom Hopkins ve daha birçoklarının bulunduğu muhteşem insanlarla aynı sahneyi paylaşıp onlarla arkadaşlık yapma şansına eriştim. Bütün bunların üzerine, sayamayacağım kadar çok sayıda, milyon dolarlık Ağ Pazarlama Profesyonelinden çok şey öğrenme imkânım oldu. Hepsinin de hayatım ve meslek hayatım üzerinde olumlu bir etkisi olmuştur.

Bu meslek benim muazzam eşim Marina'yla tanışmama da vesile oldu. Büyük bir Ağ Pazarlamacılığı eğitim etkinliği için Moskova'daydım, o da etkinliğe ailesiyle birlikte katılıyordu. Birçok dili konuşabildiği için sahne arkasında çeviri yapılmasına yardım ediyordu. Görür görmez çarpılmıştım. İlk buluşmamız o etkinliğin hemen ardından gece yarısı Kızıl Meydan'da, karlar etrafımıza yumuşacık düşerken oldu. Hiç unutmayacağım. O geceden beri birlikteyiz. Size hayatınızın aşkını Ağ Pazarlamacılığında bulacağınızı söylemiyorum, ama hayat boyu sürecek arkadaşlıklar bulacağınızı SÖYLÜYORUM.

Göreceğiniz Yerler

Büyük ve başarılı bir Ağ Pazarlamacılığı işi kurarsanız, hayatınızda birkaç değişiklik olacak. Öncelikle, ömür boyu unutulmayacak seyahatler kazanacaksınız. İkinci olarak, grubunuz şirketinizin iş yaptığı her bölgeye, her ülkeye yayılırken onları desteklemek ihtiyacı duyacaksınız. Üçüncü olarak,

t.me/cinciva

istediğiniz her yere gidebilmek için yeterince paraya ve zamana sahip olacaksınız.

Hayatınızın deneyimlerinizin miktarı ve yoğunluğuyla ölçülebileceği söyleniyor. Şayet bu doğruysa, ben çoktan çok uzun bir hayat yaşadım. Amerika Birleşik Devletleri'nde Alaska hariç her bir eyalette bulundum, bu eksikliği de yakında telafi edeceğim. Bunun yanında, kırk kadar ülkeye gittim. Avustralya'da Büyük Mercan Resifinde dalmaya gittim, İstanbul'da Ayasofya Müzesi'ni gezdim, Malezya'daki ikiz kuleleri ziyaret ettim, Tayland sahilinin açıklarındaki James Bond Adası'nın etrafında bot gezintisine çıktım, Nijerya'daki çadır kentleri gördüm, Singapur limanındaki dev dönme dolaba bindim, Beyaz Saray'ı özel bir turla gezdim, bir yılbaşı sabahı Büyük Kanyon'da gündoğumunu izledim, İspanya'da dünyaca ünlü El Bulli restoranındaki 30 çeşitlik öğünün keyfini çıkardım, Amsterdam'ın su kanallarında tekne turlarıyla gezindim, Rocky Dağları'nda sıcak hava balonuna bindim, Bahamalar'a gitmek üzere 2.000 arkadaşım için bir yolcu gemisi kiraladım, Monako'da Hotel de Paris'in tepesinde yıldızların altında akşam yemeği yedim, Norveç'teki aile yadigârlarımı ziyaret ettim, Ukrayna sahilinin açıklarında, Karadeniz'de yelken açtım, Roma'daki muazzam Sistine Kilisesi'ni gördüm, İskoçya'da St. Andrews'da golf oynadım, İrlanda'da bir Dünya Kupası maçı izledim ve Kudüs'teki Ağlama Duvarı'nda dua ettim.

BÜTÜN bunlar ve çok daha fazlası muhteşem Ağ Pazarlamacılığı mesleğine kucak açtığım için mümkün oldu. Aynı şey sizin hayatınızda da olabilir.

Katkıda Bulunabileceğiniz Amaçlar

Hayatta pek çok değerli amaç bulunmaktadır. Ebeveynlerinize veya ailenizden birisine ya da sizin için anlam ifade

t.me/cinciva

eden bir kuruluşa yardımda bulunmak isteyebilirsiniz. 2011 yılında, müthiş başarılı bir işadamı ve toplumsal eylemci olmasının yanı sıra çok satan bir yazar da olan Harvey Mackay'a başarının sırrını sordum. Bana şu hikâyeyi anlattı:

Eric, 21 yaşında Minnesota Üniversitesi'nden mezun olduktan sonra babam beni karşısına oturttu. Burnum biraz havalardaydı, dünyayı fethedecek, en tepeden başlayıp daha yukarlara doğru yoluma devam edecektim. Bana dedi ki, "Harvey, şu andan itibaren başlamak üzere hayatının % 25'ini yani dörtte birini gönüllülüğe adayacaksın." Bunun ne anlama geldiğini bilmiyordum, ama her şeye gönüllü olmaya başladım. Kalp, kanser, Birleşik Yol, İzciler, Ana-Çocuk Sağlığı, Kurtuluş Ordusu, aklınıza gelebilecek her şeye gönüllü oldum. Sana bütün bu deneyimimin hayatım boyunca bana ne kazandırdığını söyleyeyim. Bu kuruluşların yönetimlerinde bulunarak ve etkinliklerine katılarak daha iyi bir iletişimci, daha iyi bir lider, daha iyi bir satıcı oldum; çünkü bütün yaptığım, üyesi olduğum 20 grup için bağış toplamaktı. Böylece daha iyi bir satış müdürü oldum. Sadece bir gönüllü olmak sıfatıyla kaç kişiyle tanıştığımı tasavvur edebilir misin? Ağım müthiş derecede büyüdü.

Ancak başıma gelen en önemli şey, bir dünya vatandaşı olduğumu hissetmemdi. Başka bir âdemoğluna yardımın dokunduğunu bilmek ve sonuçlarını görebilmek inanılmaz bir duygu. Öğüdü hayatımı değiştirdiği için babama çok teşekkür borçluyum.

Bu söyleşi BENİM hayatımı değiştirdi çünkü katkı sağlama konusundaki düşüncemi değiştirdi. Ben her zaman de-

t.me/cinciva

ğerli bir amaca katkıda bulunmanın gerçekten sadece tek bir yolu olduğunu sanıyordum ve bu yol da maddi yardım yapmaktı. Fakat Harvey'le konuştuktan sonra, yardım edecek üç yol bulunduğunu fark ettim.

Birincisi paranızla yardımdır. Şüphesiz bir çek yazabilirsiniz ve bu çok güzeldir. Ağ Pazarlamacılığı, daha önce aklınıza gelemeyecek kadar büyük miktarlarda çek yazmanızı mümkün kılabilir.

İkinci yardım ise zamanınızla yapabileceğinizdir. Harvey'in dediği gibi, hayatınızın belli bir kısmını sizin için önemli olan amaçlara adayabilirsiniz. O zamanının % 25'ini ayırmayı seçti. Siz istediğiniz kadarını ayırabilirsiniz, ama zaman ayırmanızı tavsiye ederim. Zaman ayırmayla orada burada oturup sadece birkaç saat ayırmayı kastetmiyorum. Yaratıcı düşünce, bilinçlendirme, bağış toplama faaliyetlerine zaman ayırmaktan bahsediyorum.

Üçüncü yol –büyük bir ihtimalle en önemlisi– nüfuzunuzu kullanarak yardım sağlamaktır. Amacınıza ayırdığınız tüm zamanınızı kullanın ve bunun ardına bütün nüfuzunuzu koyun. Grubunuza sizinle birlikte önemli bir şey yapmak için ilham verin. Şirketinizi aynı amaca katkıda bulunmak için teşvik edin. Ağınızın kaynaklarını birlikte önemli şeyler yapmak için kullanın. Güçlüsünüz ve Ağ Pazarlamacılığına dâhil olduğunuz için daha da güçlüsünüz. Bu nüfuzu her daim kullanın. Hayatınızı daha iyiye doğru değiştirecektir.

Bu Süreçte Olacağınız Kişi

Ağ Pazarlamacılığı hayatımı iyileştirdi, çünkü beni daha iyi bir insan olmaya zorladı. Meslek olarak, biz ürün ve hizmetleri onları arzu eden müşterilere yönlendiriyoruz, ama esas amacımız çok daha derindir.

t.me/cinciva

Bu meslek özünde kişisel gelişim için bir kuvözdür.

- Korkularınızla yüzleşmeyi öğrenirsiniz.
- Problem çözmeyi öğrenirsiniz.
- Zihninizi olumluluklarla beslemeyi ve olumsuzluklardan korumayı öğrenirsiniz.
- Nasıl güçleneceğinizi öğrenirsiniz.
- Liderlik yapmayı öğrenirsiniz.

Ben mesleğe ilk başladığımda, hemen hemen her şeyi korkudan yaptım. Başarılı olamayacağımdan korkuyordum. Muhtemel katılımcılarımın biteceğinden korkuyordum. Bu imkânı kaçıracağımdan korkuyordum. Ancak, zaman içinde bu korku geçti gitti. Kontrol edemediğim şeylerin yerine kendime, becerilerime odaklandım ve her şey berraklaştı. Ağ Pazarlamacılığının gerçek sırrını öğrendim.

En büyük fayda, istediğinizi elde etmek değildir. En büyük fayda, sizin istediğinizi elde edebilmeniz için dönüşeceğiniz kişiliktir. Ben her zaman orada olan bilgileri, yüzyıllardır kuşaktan kuşağa aktırılmış olanları öğrendim. Yolculuk her şeydir.

Bu yolculuğu benimle yaptığınız için teşekkür ederim. Şimdi her Network Marketing Pro videosunun sonunda söylediklerimi sizinle paylaşarak sözlerimi bitireyim.

Baylar, bayanlar, sizin için dileğim, Ağ Pazarlama Profesyoneli olmaya yani bu mesleğin Profesyoneli Olmaya karar vermenizdir; çünkü bizim *daha iyi bir yöntemimiz* olduğu buz gibi gerçektir. Şimdi gidip bunu dünyaya anlatalım.

t.me/cinciva

PROFESYONEL OL

ERIC WORRE

İsmini sıkça duyduğumuz "Ağ Pazarlamacılığı", 21. yüzyılın en bilinen mesleklerinden ve pazarlama modellerinden biri. Bu sektörde,

- 25 yıldan fazla deneyime sahip
- 15 milyon doları aşkın kazanç elde eden
- 60'tan fazla ülkede toplamda 500.000'in üzerinde distribütörü içeren satış grupları kuran
- 200 milyon dolarlık bir doğrudan satış şirketinin başkanlığını yapan
- 250.000'i aşkın distribütöre canlı eğitimler veren

Amerikalı iş adamı Eric Worre tarafından kaleme alınan *Profesyonel Ol*, bu popüler alanda uzmanlaşmak isteyenler için rehber niteliğinde.

Dünya çapında 300.000'den fazla satan *Profesyonel Ol*, bir "Ağ Pazarlama Profesyoneli"ne dönüşme yolunda sahip olunması gereken temel prensipleri ve becerileri keyifli bir dil ve anlatım ile sizlere sunuyor.

Bu kitap sayesinde "Ağ Pazarlamacılığı" sektöründe uzmanlaşmanın sırlarını yedi basit adımda öğrenecek ve siz de bu işin uzmanlarından biri haline gelebileceksiniz.



THG 0932015 FEN

₺ 16,00

elma izgören elma çocuk müzecik

www.elmayayinevi.com | bilgi@elmayayinevi.com

ISBN 978-605-5286-58-3

İş ve Yönetim Serisi

t.me/cinciva